



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE**  
**ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL  
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
COMERCIO DEL PERÚ, CASO: FERRETERIA TESORITO,  
SAN VICENTE, CAÑETE. 2020.

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR**

FLORES ROMERO, ERICSON  
ORCID: 0000-0001-7016-3444

**ASESOR**

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA  
ORCID: 0000-0002-5034-7024

**CAÑETE – PERÚ**

**2022**

## **2. EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Flores Romero, Ericson

ORCID: 0000-0001-7016-3444

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Cañete, Perú

### **ASESOR**

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna

ORCID: 0000-0002-5034-7024

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
e Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Cañete, Perú

### **JURADO**

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, Jose German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

### **3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

**Presidente**

Salinas Gamboa, Jose German

**Miembro**

Mino Asencio, María Isabel

**Miembro**

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna

**Asesor**

## **4. HOJA DE AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA**

### **Agradecimiento**

En primer lugar agradezco a Dios por brindarme salud y fortaleza, asimismo agradezco a mi familia y amigos por su apoyo incondicional en todo momento.

### **Dedicatoria**

Va dedicado para todas las personas que contribuyen en mi formación profesional, del mismo modo para los que confían y desconfían, ya que me motiva seguir esforzándome y sacar lo mejor de mí en todo aspecto.

## 5. RESUMEN Y ABSTRACT

### RESUMEN

Esta investigación tuvo como enunciado del problema ¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020?. Por lo que planteó el objetivo: Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020. El alcance de estudio es a nivel del Distrito De San Vicente. La metodología aplicada es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal no experimental. La población está compuesta por 246 clientes y 2 dueños. Asimismo la muestra está compuesta por 150 clientes y los 2 dueños de la ferretería, quienes fueron encuestados utilizando la técnica encuesta y como instrumento 2 cuestionarios con un total de 17 preguntas. Con respecto a la variable atención al cliente: El 63.33% de los clientes consideran regular el equipo de seguridad y orden del local. Respecto a la gestión de calidad el 100% de los dueños manifiestan que no cuentan con objetivos y metas adecuadas. La propuesta es crear un plan de control, para realizar un seguimiento constante del extintor, botiquín, señalizaciones y orden de los productos. Con respecto a la gestión de calidad elaborar un plan estratégico, mediante un análisis de FODA y PESTEL, para plantear metas y objetivos reales, en base a un plan operativo y estratégico.

Palabras clave: Atención, Calidad, Cliente, Ferretería, Gestión.

## **ABSTRACT**

This research had as a statement of the problem What is the proposal to improve customer service for quality management in micro and small businesses in the commercial sector of Peru, case: Tesorito Hardware store, San Vicente, Cañete. 2020?. Therefore, the objective was: To prepare the proposal to improve customer service for quality management in micro and small companies in the commercial sector of Peru, case: Tesorito Hardware store, San Vicente, Cañete. 2020. The scope of the study is at the level of the District of San Vicente. The methodology applied is quantitative, descriptive level, non-experimental cross-sectional design. The population is made up of 246 clients and 2 owners. Likewise, the sample is made up of 150 clients and the 2 owners of the hardware store, who were surveyed using the survey technique and as an instrument 2 questionnaires with a total of 17 questions. Regarding the customer service variable: 63.33% of customers consider the security and order team of the premises to be regular. Regarding quality management, 100% of the owners state that they do not have adequate objectives and goals. The proposal is to create a control plan, to constantly monitor the fire extinguisher, first aid kit, signs and product order. With regard to quality management, develop a strategic plan, through a SWOT and PESTEL analysis, to set real goals and objectives, based on an operational and strategic plan.

Keywords: Attention, Quality, Customer, Hardware, Management.

## 6. CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS.....	i
2. EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
4. HOJA DE AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA.....	iv
5. RESUMEN Y ABSTRACT.....	v
6. CONTENIDO .....	vii
7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	ix
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA .....	6
III. HIPÓTESIS.....	27
IV. METODOLOGÍA .....	28
4.1 Diseño de la investigación.....	28
4.2 Población y muestra .....	28
4.3 Matriz de Operacionalización.....	31
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	32
4.5 Plan de análisis .....	32
4.6 Matriz de consistencia.....	33
4.7 Principios éticos .....	34
V. RESULTADOS .....	36
5.1 Resultados .....	36

<b>5.2 Análisis de los resultados .....</b>	<b>53</b>
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>60</b>
<b>Aspetos complementarios .....</b>	<b>62</b>
<b>Referencias bibliográficas.....</b>	<b>65</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>76</b>



## 7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> <i>Infraestructura de la ferretería</i> .....	36
<b>Tabla 2:</b> <i>Equipamiento de seguridad</i> .....	37
<b>Tabla 3:</b> <i>Orden del local</i> .....	38
<b>Tabla 4:</b> <i>Limpieza del local</i> .....	39
<b>Tabla 5:</b> <i>Transparencia del personal</i> .....	40
<b>Tabla 6:</b> <i>Expresión de palabras</i> .....	41
<b>Tabla 7:</b> <i>Comportamiento del personal</i> .....	42
<b>Tabla 8:</b> <i>Paciencia del personal</i> .....	43
<b>Tabla 9:</b> <i>Interés en el cliente</i> .....	44
<b>Tabla 10:</b> <i>Solución de problemas</i> .....	45
<b>Tabla 11:</b> <i>Amabilidad del personal</i> .....	46
<b>Tabla 12:</b> <i>Metas adecuadas</i> .....	47
<b>Tabla 13:</b> <i>Objetivos adecuados</i> .....	48
<b>Tabla 14:</b> <i>Ejecución adecuada de las actividades</i> .....	49
<b>Tabla 15:</b> <i>Presenta resultados adecuados</i> .....	50
<b>Tabla 16:</b> <i>Decisiones adecuadas</i> .....	51
<b>Tabla 17:</b> <i>Solución de los errores</i> .....	52

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Infraestructura de la ferretería.....	36
<i>Figura 2:</i> Equipamiento de seguridad.....	37
<i>Figura 3:</i> Orden del local.....	38
<i>Figura 4:</i> Limpieza del local.....	39
<i>Figura 5:</i> Transparencia del personal .....	40
<i>Figura 6:</i> Expresión de palabras .....	41
<i>Figura 7:</i> Comportamiento del personal .....	42
<i>Figura 8:</i> Paciencia del personal.....	43
<i>Figura 9:</i> Interés en el cliente .....	44
<i>Figura 10:</i> Solución de problemas .....	45
<i>Figura 11:</i> Amabilidad del personal .....	46
<i>Figura 12:</i> Metas adecuadas .....	47
<i>Figura 13:</i> Objetivos adecuados .....	48
<i>Figura 14:</i> Ejecución adecuada de las actividades .....	49
<i>Figura 15:</i> Presenta resultados adecuados .....	50
<i>Figura 16:</i> Decisiones adecuadas.....	51
<i>Figura 17:</i> Solución de los errores.....	52

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las micro y pequeñas empresas, sean convertido en uno de las fuentes que más ingreso económico genera en distintos países del mundo, por la cantidad MYPES y los empleos que generan. En el rubro ferretería el crecimiento de las micro y pequeñas empresas son constante, debido a que son negocios que poseen alta demanda de sus productos, generando su rentabilidad si se presenta una buena gestión, sin embargo, afrontan diversos obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo, puesto que los clientes cada vez se vuelven más exigentes en todos los aspectos, como en la atención, calidad del producto y precio. Sin embargo, los problemas de atención cliente se dan con frecuencias en diversos sectores del mundo, tanto en el ámbito internacional e nacional.

En el ámbito internacional y nacional los problemas de atención al cliente son similares del uno al otro, tales como la falta de capacitación al personal, locales pequeños y estrechos, falta de equipos y herramientas apropiadas. La diferencia está en que las distintas sociedades reaccionan de diferentes maneras de acuerdo al desarrollo y cultura del país donde radican, por ende muchas ferreterías están obligadas a mejorar la atención al cliente más que otras para mantenerse en el mercado.

En Ecuador el personal encargado de brindar la atención con frecuencia no muestra interés en el cliente, por lo que las actividades del día a día se dan con normalidad, pensando que realizan bien su trabajo, pero el significado de esa normalidad, genera disgusto e insatisfacción para los clientes que acuden dichas ferreterías (Chipantiza y Mercedes, 2019).

En Argentina muchas ferreterías olvidan la importancia del cliente, en donde no solo se trata de conseguir clientes, si no de ganar a dichos clientes, es lo que no se dan cuenta muchas empresas, por esa razón muchos negocios no sobresalen más que los demás, asimismo muchas de las empresas están a la intemperie de la quiebre (Acosta, 2019).

En Colombia los problemas más frecuentes son por la falta de capacitación del personal encargado de brindar la atención al cliente, ya que no presentan suficiente conocimiento de los productos que ofrecen o la forma de tratar al cliente, de modo que el cliente presenta incomodidad y pierde interés (Fierros, 2017).

En el Perú las ferreterías se han convertido en uno de los negocios de gran rentabilidad, según el estudio del instituto peruano de ferretería, en donde se pudo identificar que el sector más dominante son las pequeñas empresas que abarcan el 91% del mercado y crecen a un ritmo de 20% anual, de modo que la competencia en el mercado son mayores, en donde algunas ferreterías se encuentran más preparadas que otras, debido a que plantean diversas estrategias, aunque la mayoría de las pequeña empresa presentan dificultades debido que no están preparadas ni capacitadas para brindar una adecuada atención, generando el desinterés o la desconfianza de muchos clientes (Reyes, 2017).

En la provincia de Cañete las ferreterías han tenido un aumento constante en diversos sectores de la población, la problemática está en que muchas de las ferreterías no cuentan con adecuadas infraestructuras, ambientes, personales, equipos y herramientas. Tanto para la seguridad de los clientes y empleados, asimismo muchas de las ferreterías se abstienen al cambio e innovación por miedo a realizar un mal gasto o fracasar (Gestión, 2015).

La Ferretería Tesorito, con el numero de RUC: 10444574181, dirección, MZA. Q LOTE 05 A. H. EL OLIVAR ARANA ALTA, del distrito de San Vicente de Cañete, Provincia de Cañete. Actividad económica venta al por menor de artículos de ferretería. El problema de atención al cliente es debido a que las ferreterías no cuentan con personales especializados en la actividad y otros que no toman en cuenta la necesidad del consumidor, solo buscan generar ingresos para la actividad, de modo que no muestran mucha importancia en mejorar el aspecto tangible e intangible de negocio, generando desinterés e insatisfacción del cliente.

Por lo cual se plantea el siguiente enunciado del problema ¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020?

El objetivo general de esta investigación es el siguiente

- Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Asimismo, se plantearon los siguientes objetivos específicos

- Describir las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020
- Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

- Determinar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Esta investigación se justifica de manera teórica debido a que está realizada para dar a entender lo que está sucediendo con la atención al cliente en las distintas ferreterías tanto como en el ámbito internacional e nacional, en donde se puede apreciar una serie de problemáticas, puesto que la investigación es de suma importancia para entender los factores que lo causan y cómo prevención.

También se justifica de manera metodológico ya que esta investigación contiene información importante que permitirá tomar medidas en la mejora de la atención al cliente en el rubro ferretería, que se ofrece al cliente en las ferreterías del Distrito de San Vicente.

Asimismo, se proporciona información y datos que servirá como fuente a futuros investigaciones en relación a la atención al cliente y gestión de calidad.

Por último se justifica de manera práctica ya que investigación está elaborada, con el objetivo. Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020. La metodología de esta investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, con un diseño transversal no experimental. La población está compuesta por 246 clientes y 2 dueños, la muestra está compuesta por 150 clientes y los 2 dueños de la ferretería, quienes fueron encuestados utilizando la técnica encuesta y como instrumento dos cuestionarios con un total de 17 preguntas. Respecto a la atención al cliente se pudo observar que el 63.33% de los clientes consideran regular el equipo de seguridad y orden del local. Respecto a la

gestión de calidad el 100% de los dueños manifiestan que no cuentan con objetivos y metas adecuadas. De modo que la propuesta es crear un plan de control, para realizar un seguimiento constante del extintor, botiquín, señalizaciones y orden de los productos. Con respecto a la gestión de calidad realizar el análisis de FODA y PESTEL, para plantear metas y objetivos reales, en base a un plan operativo y estratégico.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes:

#### 2.1.1. Internacional:

Gramajo (2018) titulado, *Servicio al cliente en la ferretería del municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango*. Trabajo para lograr el título de mercadotecnista en el grado académico de licenciado. Realizado con el objetivo de determinar la aplicación del servicio al cliente en la ferretería del Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango. La metodología aplicada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño trasversal no experimental, la población compuesta por 8 ferreterías de la zona 1 Municipio de Salcajá, como muestra 21 colaboradores, incluyendo 11 gerentes y 1727 clientes, técnica encuesta, instrumento 3 cuestionarios dirigidos al gerentes, propietarios y clientes. En su resultado indica que hay un porcentaje del 85% que los clientes que consideran que el servicio es lento, el 76% se siente disgustado con el servicio, por último, el 55% quedaron insatisfechos con el servicio. Concluye que la ferretería del Municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango hace uso del servicio al cliente, pero de forma básica o incluso incompleta. Comentario: La falta de capacitación al personal y equipamiento inadecuado, perjudica la satisfacción del cliente, generando su pérdida.

Mejía (2016) titulado, *Propuesta para mejorar el servicio al cliente de la Empresa de Ferretería y Tlapalería ubicado en la Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, para impulsar su competitividad*. Trabajo para obtener el grado de maestro en administración de negocios. Realizado con el objetivo de diseñar una propuesta de mejora en el servicio al cliente en las Empresa de Ferretería y Tlapalería ubicadas en la Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Oaxana, para



impulsar su competitividad. Para la cual se usó la metodología enfoque cualitativo, nivel descriptivo, diseño trasversal no experimental, técnica entrevista, instrumento guía de entrevista, la población está compuesta por empresas del sector, como muestra empresas que son visiblemente grandes, empresas conocidas del rubro y los que atienden al cliente mayoritario. Como resultado indica que el 66% de las ferreterías presentan un espacio cómodo para los clientes, el 50% de los clientes consideran que es muy alto el precio de los productos. Llego a la conclusión de que la Ferretería de la Heroica Ciudad de Huajuapán, le es muy necesario que mejore el servicio al cliente, siendo esta un área de oportunidad para mejorar la atención, por ende, la propuesta de mejora es mejorar la gestión de la empresa y plantear estrategias que permitan una atención satisfactoria. Comentario: La satisfacción no solo se basa en contar con personales especializados o con buen local, debido a que también el producto y el precio son determinante para la satisfacción del cliente.

Hurtado y Naranjo (2019) titulado, *Gestión por proceso administrativo y su incidencia en la calidad de servicio en Mega Ferretería Bonilla en el Cantón De Maná, provincia de Cotopaxi, año 2018*. Proyecto de grado previo a la obtención de título de Ingenieras Comerciales. Trabajo realizado con el objetivo de analizar la gestión por los procesos administrativos y su influencia en la calidad de servicio en Mega Ferretería Bonilla en el Cantón La Maná con una propuesta de un modelo de gestión por procesos administrativos aplicando al rubro ferretería. La metodología aplicada fue de tipo formativa, bibliográfica, diagnóstica, correlacional, de campo y prepositiva, diseño experimental, método analítico, deductivo. Técnica entrevista, censo, encuesta, chi cuadrado, matriz de FODA, instrumento entrevista, la población estuvo compuesto por 15000 clientes y 13 empleados y la muestra por 155 clientes y

13 empleados. Como resultado muestra que el 69% de las decisiones siempre se basa en las opiniones, el 56% de los clientes mencionan que la ferretería cuenta con muy buena infraestructura, el 73% de los clientes indican que la ferretería mantiene limpio su local, con respecto a la calidad y variedad de los productos el 71% indican que es muy bueno, el 69% indican que si solucionan las problemas de manera adecuada. Concluye que la ferretería presenta una alta calidad de servicio al cliente, aunque debe mejorar la gestión utilizando como fuente los procesos administrativos para lograr la calidad total. Comentario: Las decisiones administrativas se deben tomar en base a un proceso y con información confiable, no solo en opiniones.

Alaníz y Rocha (2016) titulado, *Estrategia de servicio al cliente en la Ferretería Franklin en la ciudad de Estelí en el año 2016*. Proyecto para obtener el título de licenciado. Tiene como objetivo determinar la efectividad de las estrategias de Ferretería Franklin en el servicio de sus clientes en el año 2016. Para la cual se usó la metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño trasversal no experimental, universo de estudio 500 clientes, muestra probabilístico aleatorio simple, técnica encuesta, instrumento cuestionario. Con respecto al resultado indica que el 75.7% de los clientes consideran que tienen una buena estrategia en base a los precios de productos que ofrecen, el 51.8% consideran que la calidad de atenciones buena. En donde llego a la conclusión que la hipótesis planteada se acepta con 75.7% debido a que se aplican correctamente las estrategias competitivas, de modo que es positivo el volumen de venta y servicio de la Ferretería Franklin. Comentario: Las estrategias permiten marcar la diferencia de las demás empresas e influye de manera favorable si aplica adecuadamente. La Ferretería Franklin tiene buenas estrategias la cual es beneficioso para la satisfacción del cliente.

Guzmán (2020) titulado, *Estrategia para mejorar la atención al cliente del centro ferretero Megacumbas matriz de la ciudad de Puyo*. Trabajo realizado para obtener el título de ingeniera en empresas y administración de negocios. Realizado con el objetivo de Diseñar una estrategia administrativa que ayude mejorar la atención al cliente del Centro Ferretero Megacumbas matriz de la ciudad de Puyo. En cual uso la metodología de tipo de investigación mixto explicativo, nivel descriptivo, diseño transversal no experimental, la población compuesta 16320 consumidores de la ciudad de Puyo, muestra 95 clientes, método deductivo e inductivo, técnica observación, documental y encuesta, instrumento guía de observación y cuestionario. En sus resultados principales muestran que el 63% de los clientes consideran que la atención en las ferreterías es regular, el 58% de los clientes indicaron que es importante que capaciten al personal para una mejor atención. Concluye que la relación entre vendedores y clientes no son adecuadas, por una mala comunicación al momento de vender, generando su pérdida. Comentario: Es importante que las empresas tengan una buena comunicación con sus clientes, para generar confianza y satisfacción.

### **2.1.2. Nacional**

Sánchez (2017) titulado, *Propuesta de mejora para un centro de distribución ferretero, con base en la gestión de los procesos*. Proyecto de tesis para optar el título de ingeniería industrial. Realizado con el objetivo de diseñar una propuesta de mejora, que pueda dar solución a la problemática del centro industrial ferretero, implicando gestión en el proceso. Para la investigación se usó una metodología de tipo aplicada, nivel descriptivo, diseño no experimental, población 230 empresas del sector dedicados a la actividad, muestra 114 clientes, técnicas observación, entrevista, encuentra, instrumento cuestionario. En sus resultados principales

muestran que el 73% de la distribución afecta a los clientes, el 57% indica que no hay una organización dentro de la empresa, el 88% de los trabajadores consideran que se caracteriza por ser amable, trato personalizado y rapidez. Concluye que el control de los objetivos y herramientas usadas para el subsistema de control y evaluación señala una serie de indicadores necesaria de medición para las comprobaciones de una adecuada ejecución de las propuestas, esto consideran metas que deben ser cumplidas como mínimo para conseguir resultados favorables, que indicaran el aumento de la productividad de la ferretería. Comentario: Sería necesario primeramente que el personal posea una alta comunicación dentro de la empresa, con el fin de organizar las funciones de manera adecuada y no afecte al cliente.

Zavaleta (2018) titulado, *Propuesta de mejora en el área de calidad basada en la norma ISO 9001:2015 para aumentar la rentabilidad de la Ferretería Dino Alca E.I.R.L.* Proyecto de tesis para optar el título profesional de ingeniero industrial. Objetivo determinar de qué manera influye la propuesta de mejora en el área de calidad, basada en la norma ISO 9001:2015 para poder aumentar la rentabilidad de la Ferretería Dino-Alca E.I.R.L. La Metodología aplicada es de tipo de investigación aplicada, nivel descriptivo, diseño no experimental, la población y muestra son el personal del área administrativa y área logística, instrumento guía de entrevista y Excel, técnica entrevista y observación. En su resultado muestra que el 48% del personal consideran que brindan un cumplimiento regular en la actividad, el 60% consideran que el desempeño del liderazgo es bueno, el 45% consideran que cumple con un regular sistema de gestión, los clientes califican a los productos con un 35% y la atención con 26%. Concluye que se pudo lograr mejorar la rentabilidad de la

empresa al poder disminuir los costos que son innecesarios, permitiendo lograr un impacto positivo en la Empresa Alca E.I.R.L., la norma ISO9001:2015, que cumplirá las expectativas de los clientes más importantes de acuerdo a las encuestas realizadas. Comentario: El líder encargado de la productividad de la empresa debe poseer un alto grado de liderazgo para mejorar el rendimiento del personal.

Melo (2018) titulado, *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en el sector comercial, rubro ferretería, Clúster JR. 7 de junio distrito de Calleria, año 2017*. Proyecto de Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. Objetivo principal de la investigación determinar la gestión de la calidad bajo en enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercio, rubro ferretería, Clúster JR. De junio, distrito de Calleria, año 2017. En esta investigación se aplicó la Metodología de tipo cuantitativa, diseño trasversal no experimental, nivel descriptivo, población 33 MYPES del rubro, muestra 26 propietarios, técnica observación y entrevista, instrumento cuestionarios estructurado. Como resultados principales muestra que el 77% de los emprendedores no tienen un plan de negocio, el 70% indica que no cuenta con instalaciones adecuadas para la atención al cliente, el 80% indican que no capacitan al personal, el 73% de los negocios no recogen sugerencias ni reclamos del cliente. Concluye que tanto las MYPES como su personal, no ha interiorizado la ventaja que contrae brindar un servicio que exceda las expectativas del cliente, la táctica de las empresas debe estar muy alineadas en conocer que tributos valora el cliente. Comentario: Las empresas deben implementar un proceso de atención y cronograma de actividades con el fin de darle dirección a la actividad, asimismo el personal debe ser capacitados y motivados constantemente ya que es el marketing directo al tratar con el cliente.

Castillo (2019) titulado, *Caracterización de gestión de calidad e innovación de servicios en las MYPE, rubro ferretería Piura Centro, año 2017*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. Realizado con el objetivo determinar las características que tiene la gestión de calidad e innovación de servicio de la MYPE, rubro ferretería Piura Centro, año 2017. En donde se aplicó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, población compuesta por 8 MYPES del Centro de Piura, como muestra 89 clientes, técnica encuesta, instrumentó cuestionario. En su resultado indica que el 100% de los clientes consideran que brindan productos sustitutos y a un buen precio, el 88.24% los productos generan confianza, el 94.2% se sienten cómodos con el servicio, el 88.64% se siente satisfecho con el servicio. Concluye que las ferreterías que se encuentran ubicados en el centro de la Ciudad de Piura brindan un adecuado servicio a sus clientes basadas en una buena gestión. Comentario: La gestión de calidad influye de manera positiva en el servicio al cliente, de modo que hace bien las Ferreterías de Piura Centro en aplicarlo adecuadamente.

Alva y Mauricio (2017) titulado, *La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la Ferretería J A. E.I.R.L., Bagua 2017*. Tesis para obtener el título de licenciado en administración. Realizado con el objetivo de determinar de qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes de la Ferretería J A. E.I.R.L. La cual usó la metodología SERVQUAL, de muestra aleatoria simple y de tipo explicativo de corte transversal, la población compuestos 1050 clientes, muestra 199 clientes, técnica encuesta, instrumento cuestionarios. En sus resultados indican que el 100% de los clientes consideran bueno el servicio que brinda la ferretería, el 82% consideran bueno la infraestructura

de la ferretería, el 82% considera bueno los productos que ofrece la ferretería. Concluye que la calidad de servicio ofrecido por la Ferretería J A, E.I.R.L influye directamente a la satisfacción del cliente. Comentario: La calidad de servicio es importante para satisfacer la necesidad del cliente, por ende, no solo se debe aplicar en el rubro de la ferretería, si no que en todo negocio.

### **2.1.3. Regional**

Tarazona (2019) titulado, *Gestión de calidad con el uso del marketing y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del KM 26 del panamericana norte, distrito de Puente Piedra año 2019*. Trabajo de tesis para adquirir el título profesional de licenciado en administración. Objetivo de dicha investigación determinar las principales características de la gestión de calidad con uso del marketing y las propuestas de mejoras en los micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del KM 26 de la panamericana norte, distrito de Puente Piedra 2019. Metodología tipo cuantitativo, diseño no experimental-transversal, nivel descriptivo, población 14 MYPES del distrito de Puente Piedra, muestra el 100% de la población, técnica encuesta, entrevista, observación, instrumento cuestionario y guía de entrevista. Como resultado se obtuvo que el 57% de las empresas consideran que el personal no está capacitado, el 75% de la empresa busca obtener mayor rentabilidad y sobretodo clientes. Llego a la conclusión que el 50% de los encuestados tienen la edad promedio 31 a 50 años que evidencian las personas que gestionan la empresa cuentan con una cierta cantidad de experiencia para el manejo de la empresa. Comentario: Los emprendedores deben capacitarse constantemente para evitar riesgos y cumplir con las expectativas del cliente.

Castro (2017) título, *Propuesta de mejora de atención al cliente en la empresa Lumen Ingeniera S.A.C. 2017*. Investigación de tesis para poder optar el título de licenciado en administración de empresas. Objetivo general proponer mejoras en las atenciones desde el momento del contacto hasta el envío de cotización de la organización Lumen Ingeniera S.A.C. Metodología planteada es descriptiva simple, no experimental con un enfoque cualitativo, población empresas del sector, muestra personal de venta, técnica encuesta, instrumento cuestionario. Como resultado principal indica que el 100% de los trabajadores no presenta claridad de visión, el 100% de los personales se sienten motivados. Llego a la conclusión de que los colaboradores que laboran en la empresa rinde mejor si tienen una motivación constante, asimismo la mejora continua ayuda la agilización del proceso de atención. Comentario: Es importante que las empresas presenten una visión clara de lo que se quiere lograr, debido a que también sirve como motivación para los trabajadores.

Gonzalo (2017) titulado, *La calidad de servicio y la fidelización de los clientes de la PYME Ferretería Choque S.R.L-Lima 2016*. Trabajo de tesis para obtener el título de licenciado en administración. Objetivo determinar las relaciones entre la calidad de servicio y la fidelización de los clientes de la PYME Ferretería Choque S.R.L. Para cual uso metodología, de tipo correlacional, diseño leyenda por variables, población 60 clientes, muestra de tipo no probabilístico unilateral, técnica encuesta análisis documental, observación, instrumento cuestionarios y guía de encuesta. Los resultados de la investigación indica que el 71.6% de los clientes presenta un nivel medio de satisfacción por el servicio que brinda, el 55% sienten que es bajo el nivel ejecución de las actividades. Conclusión del proyecto, de acuerdo a la tabla N·16 exhibe una correlación alta resultante de la investigación del estadístico de Spearman



al 0,819, en la que cual indica que hay una relevancia significativa entre calidad de atención y la fidelización del cliente de la Ferretería Choque S.R.L. Comentario: La calidad de servicio debe satisfacer las necesidades del cliente, por ende, se debe contar con una alta gestión de calidad.

Jorge (2015) titulado, *El control interno de calidad como herramienta en mejora de la gestión de las MYPES rubro ferretería Lans E.I.R.L. Lima-Perú 2015*. Trabajo de tesis para optar el título profesional de contador. Trabajo de investigación realizado con el objetivo de implementación adecuada de un sistema de control interno. La metodología de esta investigación fue de tipo cualitativo, nivel descriptivo, diseño correlacional no experimental, población 14 MYPES del sector, muestra 10 empleados, técnica encuesta, instrumentó cuestionario. Como resultado indica que el 72.72% de los empleados afirman que no se hace un control interno de la empresa, el 54.54% considera que están desacuerdo de que control interno mejore la gestión de la empresa, el 60% desconocen sobre problemas internos. Llegando a la conclusión de que existe un inadecuado control interno que dificulta el cumplimiento de metas y objetivos principal de la Empresa Lans E.I.R.L. Comentario: El control interno es primordial para controlar los problemas y tomar decisiones antes de que sean muy tarde, por cual la empresa debe implementarla y practicarla.

Yrigoyen (2019) titulado, *La calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el sector ferretero caso: zona denominada "Las Malvinas" en Lima Metropolitana 2018*. Trabajo de tesis para obtener el grado académico de maestro en administración. Realizado con el objetivo de determinar el nivel de la relación entre la calidad y la satisfacción del cliente en los negocios ferreteros ubicados en el área denominada "Las Malvinas" en la ciudad de Lima Metropolitana 2018. La

metodología de esta investigación fue aplicada, nivel descriptivo, diseño correlacional no experimental, la población compuesta por 2100 clientes de la zona denominada las Malvinas, muestra 324 clientes, técnicas entrevistas en profundidad, encuesta modelo servcual y revisión documental, instrumento guía de entrevista, cuestionario guía de revisión bibliográfica. Los Resultados de dicha investigación indica que el 92.90% los clientes no presentan quejas, el 40% afirman brindan un servicio adecuado. Concluye que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente de los negocios ubicado en las áreas denominado “Las Malvinas” en las Ciudad de Lima Metropolitana 2018. Comentario: Brindar un servicio de calidad trae consigo satisfacción del cliente y mejora la productividad de la empresa.

## **2.2. Base teórica de la investigación**

### **2.2.1. Atención al cliente**

Es un servicio proporcionado por una entidad con el propósito de relacionarse e interactuar con el cliente brindándole asesoramiento adecuado para asegurar su satisfacción. Hoy en día los clientes son la razón de existir de las empresas, debido a que el mercado sea convertido muy competitivo, tanto en los productos y servicios similares o iguales que se ofrecen, generando que los clientes tengan muchas opciones de consumo, por ende, las empresas están obligadas a presentar algo diferente al cliente, en donde muchos de los clientes suelen darle mucha importancia a los componentes tangibles e intangibles que brinda la empresa (Pérez, 2010).

#### **2.2.1.1. Dimensiones de la atención al cliente**

##### **2.2.1.1.1. Aspectos tangibles**

Son aquellas apariencias de las instalaciones físicas que se pueden tocar, tanto como infraestructura, equipo de seguridad, orden, limpieza. Todo aquello que de alguna u otra forma transmiten representación física o imagen. Las empresas de cualquier actividad poseen aspectos tangibles, de ello depende en cierto modo la calidad del servicio que se ofrezca al cliente (Clemenza, Gotera y Araujo, 2010).

### **Infraestructura**

Es el conjunto de medios técnicos, instalaciones necesarias para que se ejecuten las actividades o para que el lugar sea funcional, de modo que debe estar adecuadamente construido para prevenir cualquier desastre que pueda poner en peligro la vida del consumidor y empleado, por lo cual es importante que la infraestructura cumpla con ciertos estándares de calidad para ser funcional (Rozas y Sánchez, 2004).

### **Equipamiento de seguridad**

Son diversos componentes de seguridad que las empresas poseen para prevenir o solucionar accidentes de manera inmediata, con la finalidad de que los daños no sean desastrosos, ya sea para el establecimiento, salud de los trabajadores y clientes, debido a que todas las actividades implican acciones que conllevan riesgos, lo que incide en la salud de los individuos (Venegas, 2010).

### **Orden del local**

Es la ubicación adecuada de los materiales, piezas y herramientas de trabajo, dentro del lugar establecido, ya sea almacenes o puestos de venta, dependiendo de las características del objeto, facilitando su ubicación y control, de manera más efectiva e inmediata, dependiendo del sector y el área destinada (Sacristán, 2005).

### **Limpieza del local**

Es separar las cosas que son útiles para la actividad y eliminar las cosas innecesarias, asimismo mantener limpio el puesto de venta consta de no contar con residuos, basuras, suciedad, que puedan afectar la labor y el servicio de los clientes, también genera una buena imagen del establecimiento, reducción de accidentes y mayor confort para los ocupantes (Manzano y Gisbert, 2016 ).

#### **2.2.1.1.2. Aspectos intangibles**

Son aquellos bienes que no se pueden apreciar por los sentidos, algo que no se puede tocar ni ver, debido a que se trata de cosas inmateriales y es característica principal que diferencia al servicio del producto, como bien el servicio no puede ser examinado ni ser disgustado con anterioridad a su uso o consumo (Lara, 2002).

### **Transparencia**

Implica información clara, veras y precisa del producto o servicio que se ofrece, haciendo referencia a la calidad de las mismas. Las empresas al ser transparente con el cliente pueden sacar muchas ventajas, puesto que hoy en día la mayoría de las empresas brindan información inadecuada de los productos con tal vender, generando que el cliente adquiera el producto o servicio, pero muchas empresas no se dan cuenta de la posibilidad de perder a dichos clientes, ya que la mayoría de los consumidores al sentirse engañados pierden el interés en dichas empresas. Asimismo, indicar que la transparencia es una estrategia de venta directa (Marfil, Hergueta y Villalonga, 2015).

### **Expresión de palabra**

Es la manera de comunicar y dar a entender lo que se quiere decir, en donde puede tratarse de una locución, gesto o movimiento corporal, asimismo se convierte un

mensaje que se trasmite entre emisor y receptor, la expresión se adapta de acuerdo a la actividad, esto permite que el mensaje sea recibido y entendido de la manera más adecuada posible favoreciendo el convencimiento (Grijelmo, 2000).

### **Comportamiento.**

Es la forma de proceder de cada individuo de acuerdo a la circunstancia del suceso, debido a que el comportamiento de cada persona es diferente y único, de acuerdo a sus costumbres, religiones, sexo y procedencia familiar. El comportamiento dentro de la organización se adecua de acuerdo a la política y cultura que se establezca, buscando beneficio tanto para el grupo de trabajo y el cliente, por esa razón las empresas deben capacitar al personal para evitar incidencias de comportamiento, como que se estén gritando entre compañeros de trabajo o estar hablando palabras groseras durante la atención, ya que dichos aspectos pueden ahuyentar al cliente (Diaz, 2015).

### **Paciencia**

Es la capacidad que poseen las personas para tolerar, soportar determinadas situaciones sin presentar nerviosismo ni perder la calma, especialmente en el momento que se trate con clientes apurados, irritados, desesperados, inquietos. Para las empresas es importante contar con empleados que posean mucha paciencia, que permita comprender mejor los deseos y las necesidades del cliente, para una mayor satisfacción (Martínez, 2008).

### **Interés en el cliente**

Es el conjunto de técnicas y estrategias de venta utilizado por las empresas para que el cliente muestre interés en el producto o servicio, en donde consta de un análisis previo de las necesidades del clientes y actuar de acuerdo a sus gustos y

preferencias, con la finalidad de que los consumidores se sientan entendidos aumentando su satisfacción (Palomo, 2014).

### **Solución de problemas**

Son conjunto de técnicas y habilidades aplicadas para la toma de decisiones asertivas o adecuadas para dar solución a un problema. Asimismo tomar una decisión implica una serie de procesos, desde la identificación del problema, análisis, plantear alternativas de solución, toma de decisión y ejecución. Aunque se siga todo el proceso no siempre garantiza la solución del problema, por ende se debe realizar un seguimiento (Fernandez, 2017).

### **Amabilidad.**

Es una cualidad que las personas poseen en su forma de actuar, de manera complaciente y afectuosa. De modo que una atención con mucho respeto y con mucha educación será más especial, y hay probabilidad de que el cliente recomiende a las personas cercanas a ellas sobre el negocio, por ende, es importante tratar a todo cliente con amabilidad y por igual, no debe ser solo para que el cliente realice la compra del producto, sino que también asegurar su regreso y satisfacción (Allyse, 2019).

## **2.2.1.2. Teoría de atención al cliente**

### **Teoría de colas Kraup Erlang**

La teoría de colas es un estudio basado en la matemática de las colas o líneas de espera, la investigación engloba las operaciones, sistemas y control de cada uno de ellas, que se pueden dar en diversos contextos, comercial, ingeniería, industria, transporte y telecomunicación, en la que estudia el comportamiento de las personas durante la espera del servicio, ya que por medio de la espera las personas presentan

diversos comportamientos y reacciones, las cuales conllevan a que tomen decisiones de acuerdo a las opciones y la importancia de dicho servicio. En donde es importante que las empresas cuenten con personales capacitados, equipos y herramientas tecnológicas que faciliten la labor, con el propósito de minimizar las colas y mostrar una atención rápida, sencilla y satisfactoria para al cliente (Cao, 2002).

### **2.2.2. Gestión de calidad**

Es el conjunto de estrategias que tiene como objeto maximizar la productividad de la empresa, a través de la mejora continua, en donde consta de planificar, realizar, comprobar y actuar de acuerdo al resultado de la actividad. La calidad implica el cumplimiento de las necesidades del cliente, para cumplir dichas expectativas las organizaciones tienen que basarse en la calidad de sus servicios y productos (Arbós, 2012).

#### **2.2.2.1. Dimensiones de la Gestión de Calidad**

##### **2.2.2.1.1. Planificar**

Es un proceso de toma de decisiones estratégicas con el fin de alcanzar metas y objetivos deseados, en donde se debe reflexionar y analizar informaciones, con el fin de plantear las funciones y acciones a realizar en un determinado periodo, ya sea a largo o corto plazo (González, 2015).

##### **Metas**

Gómez (2003) Son logros a corto plazo, que se deben conseguir para alcanzar los objetivos propuestos por la empresa, debe expresarse a corto plazo menores a un año y poseer relación con las características del objetivo (pg. 113).

## **Objetivos**

Es lo que la empresa quiere conseguir largo plazo, para ello se ejecutan diversas actividades en función a los planes establecidos en primera instancia. Establecer los objetivos es una parte muy importante del proceso de planificación, debido a que sirve como guía y estrategia de acción, para realizar las actividades (Veiga, 2008).

### **2.2.2.1.2. Realizar**

Colorado (2009). Es uno de los ciclos planteados por Deming, en donde se desarrolla lo planificado a través de un proceso de acción, tanto como las tareas o labores dentro de la organización. (pg.4).

### **Ejecución de las actividades**

Es el conjunto de actividades que tienen como prioridad cumplir con las acciones designadas en la planeación, el cual permite que la empresa desarrolle sus actividades y funciones buscando un resultado, dicho resultado puede ser positivo o negativo de acuerdo a la estructura del plan y su ejecución (Bossidy y Charan, 2017).

### **2.2.2.1.3. Comprobar**

Son conjunto de acciones orientados a los resultados de la actividad, en donde se deja que la actividad se desarrolle con el fin de obtener un resultado que podrían ser favorable o desfavorable para el negocio, para obtener el resultado requiere de un tiempo determinado, si el resultado no es lo esperado se tendrá que mejorar el plan o destituir (Bernal, 2013).

### **Análisis de resultados**

Es un estudio analítico de los resultados obtenidos en un determinado periodo, el cual podría ser alentador o desalentador para el negocio, asimismo los resultados son procesados mediante un documento de manera detallada, para su análisis e



interpretación y sirva como fuente de información para que la empresa pueda tomar decisiones más asertivas para solucionar algún problema o mejorar los planes estratégicos (Davila, 2005).

#### **2.2.2.1.4. Actuar**

Es el estudio de los resultados obtenidos y la comparación con la ejecución de las actividades antes de implementar la mejora, en caso de que los resultados sean satisfactorios se implementan las mejoras de forma definitiva, en el caso de que el resultado no sea adecuado se tomaran las decisiones de realizar algunos cambios y mejorar los planes que permitan mayor productividad (Ruiz y León, 2014).

#### **Toma de decisiones**

Es el proceso de evaluación y elección en base a la información obtenida previamente. La toma de decisiones siempre suele ser difíciles cuando no se tienen definidos los puntos que causan la incertidumbre o cuando presentan diversas alternativas. Asimismo, todas decisiones a pesar de los estudios previos presentan cierto riesgo, del mismo modo es importante la toma de decisiones ya que las problemas y oportunidades siempre se presentan (Amazon, 2007).

#### **Solución de los errores**

Los errores son problemas que afectan directamente a la actividad dependiendo su magnitud, de modo que deben ser solucionadas antes que generen más daño a la actividad. Son muchos los errores que se presentan en el servicio al cliente e influyen en la calidad del servicio final, entre los comunes están, falta de coordinación entre trabajadores, mala comunicación, no mostrar interés en las necesidades del cliente y falta de conocimiento de los productos que se ofrecen (Fernandez y Fernández, 2017).

#### **2.2.2.2. Teorías de gestión de calidad**

##### **Teoría Clásica (William Edwards Deming)**

Deming se basa en las siete enfermedades mortales de la gerencia, el cual indica que todo el proceso es variable y cuando sea bajo la variabilidad de la misma, mayor será la calidad del producto o del servicio resultante, el proceso menciona dos tipos de variables comunes y especiales, si solo se efectúa estas dos variables es posible lograr la calidad con precisión. En las variables comunes influyen en el proceso del diseño y su forma de funcionamiento, logrando un patrón homogéneo de la variable que permite predecir y poder controlarlo. Las variables asignables tienen carácter esporádico que permite identificar los defectos que se generan en el proceso de producción o servicio para que se puedan mejorar y poder brindar una mayor calidad al cliente (Gutiérrez, 2010).

##### **Teoría De Willian Edwards Deming, El Propulsor De La Calidad Total**

Habla de los 14 principios fundamentales para una buena gestión y la transformación de la eficacia empresarial, en donde los puntos contribuyen a un código filosófico para la gestión, tales como ser constante en la mejora de los productos y servicios, adoptar filosofías que sean beneficiosos para la empresa, realizar inspecciones de las actividades, la mejora continua en la producción y servicio, potenciar la formación del empleado, ayudar a las personas que hagan mejor su trabajo, eliminar el miedo al fracaso, romper las barreras que impidan realizar las actividades, evitar presiones en el trabajo y trabajador, capacitación y transformación de la empresa a través del esfuerzo en conjunto (Lepeley, 2001).

## **2.3. Marco conceptual**

### **MYPE**

Ravelo (2012). Son micro y pequeñas empresas que pueden estar constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier tipo de gestión empresarial, en donde puede realizar distintas actividades, como extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o servicios (pg.1).

### **Ferretería**

Las ferreterías son empresas dedicadas al comercio, en la que se venden diversos productos ferreteros tales como clavos, tornillos, alambres, cerraduras, recipientes de metal, diversos productos ya sea para construcción o jardinería, todo lo que se pueda usar. Actualmente las ferreterías poseen una gran demanda de sus productos en diversos sectores (Pérez y Merino, 2017).

### **Atención al cliente**

Es la forma en que la empresa plantea generar una conexión con el cliente, con la finalidad de que puedan acceder a dicho producto o servicio, pero lo más importante fidelizar al cliente, por la que las empresas son muy cuidadosas cuando se refiere a la atención del cliente, ya que saben la importancia que tienen cada uno de ellos para mantenerse en el mercado a largo plazo, en donde va depender mucho de las estrategias y cambios organizacionales que tenga la empresa con el paso del tiempo (Torres, 2010).

### **Cliente**

Son las personas que requieren satisfacer diversas necesidades y a cambio de satisfacer dichos aspectos están dispuestos a pagar con retribuciones como el dinero. Asimismo, hay diversos tipos de clientes, con distintos gustos, preferencias y reacciones

emocionales, por esa razón se convierte en el foco de atención para las empresas que buscan ganar clientes y sobrevivir en el mercado (Villanueva y Toro, 2017 ).

### **Gestión de calidad**

Es el conjunto de acciones que tiene como objetivo maximizar el funcionamiento de la empresa a través de estrategias que garanticen una buena producción y servicio para el cliente, buscando conseguir los objetivos propuestos, para la cual se requiere de empleados capacitados, herramientas y equipos adecuados que permitan lograr la calidad y la eficiencia de la empresa (Uribe, 2012).

### **Calidad de atención al cliente**

Consiste en enriquecer ya sea el producto o servicio con el fin de satisfacer la necesidad del clientes, no se trata de algo nuevo dentro de las organizaciones, debido a que los clientes siempre han requerido y exigido lo mejor, en la forma de tratar, precio, producto, por ende las organizaciones deben ofrecer lo mejor que tienen al cliente, para permanecer en el mercado, ya que hay muchas amenazas por parte de las competencias (Pamies, 2004).

### **III. HIPÓTESIS**

Mata (2019). No en toda investigación cuantitativa se va recurrir al uso de hipótesis. Tampoco existe una cantidad y tipo de hipótesis predeterminado de antemano. En la cual no toda investigación cuantitativa que plantea problema es circunscribe al uso y a la formulación de hipótesis (pg.329).

Hernández y Torres (2018) afirma: “No toda investigación plantea hipótesis y más cuando es una investigación descriptiva, ya que solo mostrará las características del problema y describirá tal cual es (p.194).

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño de la investigación**

**Trasversal no Experimental.** Ya que se centró en el momento de los hechos para divisar el nivel de suceso, asimismo los datos fueron clasificados de acuerdo al momento en que hayan sido recolectados, con el fin de deducir las variables y analizar la incidencia en el momento dado. No experimental debido a que observo lo que pasa de forma natural, sin intervención alguna (Sousa, Driessnack y Mandes, 2007).

#### **4.1.1 El tipo de investigación**

**Cuantitativa.** La cual permitió recoger, analizar datos sobre las variables y estudiar las variables cuantificadas, determinando la fuerza de asociación o correlación entre las variables, mediante la generalización y objetivación de los resultados de la muestra para hacer inferencia de la población de donde procedió toda la muestra obtenida (Pita y Pértegas, 2002).

#### **4.1.2 Nivel de investigación de la tesis**

**Descriptiva.** Por lo que se describió los datos obtenidos y la caracterización de la muestra y se interpretó lo que es, buscando estudiar la situación de los hechos y conocer las características, comportamientos y particularidades en tal forma se encuentre, de manera que implique describir, interpretar y analizar los datos (Morales, 2012).

### **4.2 La población y muestra**

#### **Población**

La población de la variable Atención al Cliente fue calculada a partir de los clientes mensuales, el cual es 246, datos sustraídos del registro de venta de la Ferretería Tesorito.

La población de la variable Gestión de Calidad está conformada por los dueños de Ferretería Tesorito (2 dueños) dedicado al comercio de venta de productos ferreteros, en el distrito de San Vicente de Cañete (Cámara de comercio de Cañete, 2019)

Hernández, Fernández y Baptista (2017). La población es un conjunto de casos que tienen relación con determinada especialización. (Pg.176)

### **Muestra**

#### **Variable de servicio al cliente**

La muestra primaria es probabilística, el cual es 150 clientes de la Ferretería Tesorito. Para deducir la cantidad de los clientes se utilizó la fórmula de cálculo de tamaño muestra para poblaciones finitas.

### **Inclusión**

- Personas mayores de 18 años y que haya recibido la atención

### **Exclusión**

- Personas mayores de 70 años y personas que presenten alguna discapacidad para entender las preguntas o comunicar.

$$n = \frac{Z^2 * P * q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * p - q}$$

N=Población 246

n=Muestra

p= Probabilidad a favor

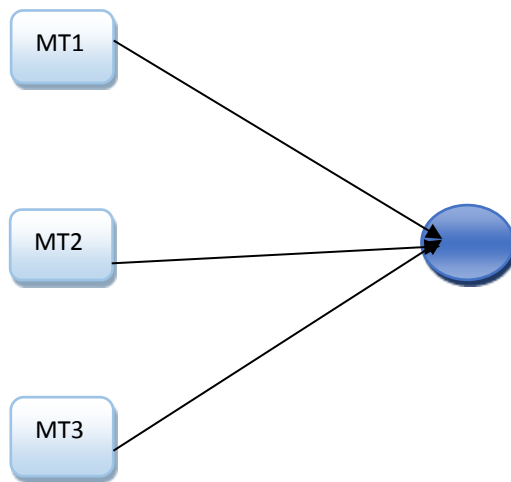
q= Probabilidad en cuantía

z= Nivel de confianza 95%

e= Error de muestra

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 246}{0.05^2 * (246 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

**n= 150**



### **Variable de gestión de calidad**

La muestra secundaria es no probabilístico, tomado del caso de estudio, el cual está conformado por los 2 dueños de la Ferretería Tesorito

### **Inclusión**

- Dueños que dirigen el establecimiento

### **Exclusión**

- Trabajadores



### 4.3 Matriz de Operacionalización

Variable	Definición	Dimensiones	Definición de la Operacionalización	Indicadores	Escala	Fuente
Atención al cliente	Es un servicio proporcionado por una entidad con el propósito de relacionarse e interactuar con el cliente brindándole asesoramiento adecuado para asegurar su satisfacción (Pérez, 2010).	Aspectos tangibles	Son aquellas apariencias de las instalaciones físicas que se pueden tocar, tanto como infraestructura, equipo de seguridad, orden, limpieza. Todo aquello que de alguna u otra forma transmiten representación física o imagen (Clemenza, Gotera y Araujo, 2010).	-Infraestructura -Equipamiento de seguridad -Orden -Limpieza	Likert	Cliente
		Aspectos intangibles	Son aquellos bienes que no se pueden apreciar por los sentidos, algo que no se puede tocar ni ver, debido a que se trata de cosas inmateriales, que no puede ser disgustado antes de su consumo (Lara, 2002).	-Transparencia -Expresión de palabras -Comportamiento -Paciencia -Interés en el cliente -Solución de problemas -Amabilidad	Likert	Cliente
Gestión de calidad	Conjunto de estrategias que tiene como objeto maximizar la productividad de la empresa, a través de la mejora continua, en donde consta de planificar, realizar, comprobar y actuar de acuerdo a los resultados de la actividad (Arbós, 2012).	Planificar	Es un proceso de toma de decisiones en base estrategias que permiten alcanzar metas y objetivos deseados (González, 2015).	-Metas -Objetivos	Nominal	Dueño
		Realizar	Colorado (2009) es uno de los ciclos planteados por Deming, en donde se desarrolla lo planificado a través de un proceso de acción, tanto como tareas o labores dentro de la organización (pg.4).	-Ejecución de las actividades	Nominal	Dueño
		Comprobar	Son conjuntos de acciones orientados a los resultados de la actividad, si el resultado no es lo esperado se tendrá que mejorar el plan o destituir (Bernal, 2013).	-Análisis de los resultados	Nominal	Dueño
		Actuar	Es el estudio de los resultados obtenidos y la comparación con la ejecución de las actividades antes de implementar la mejora (Ruiz y León, 2014).	-Toma de decisiones -Solución de errores	Nominal	Dueño

#### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

**Técnica encuesta:** Consiste en la obtención de información de una población o muestra mediante el uso del cuestionario (Godínez, 2013.pg 8).

La encuesta de esta investigación estuvo dirigida tanto a los 150 clientes y los 2 dueños de la Ferretería Tesorito

**Instrumento cuestionario:** Es un formato elaborado para obtener información de las variables que se investiga, se puede aplicar personalmente o por redes de comunicación, como correos y llamadas, con la finalidad de analizar los datos obtenidos de manera estadística (Ibañez, 2013.pg 2).

Para realizar la encuesta se elaboró 2 cuestionarios, el primer cuestionario fue en base a la escala de Likert el cual es Malo, Regular, Bueno y Excelente, con un total de 11 preguntas dirigidas a los 150 clientes de la Ferretería Tesorito. El segundo cuestionario fue Nominal el cual es SI y NO, consto de 6 preguntas dirigido a los 2 dueños del establecimiento.

En esta investigación tanto la técnica como instrumento fueron necesarios para la obtención de los datos. Ya que el cuestionario permitió que se lleve la encuesta de manera más apropiada para los clientes y los dueños de la ferretería.

#### **4.5 Plan de análisis**

Los datos fueron procesados usando el formato de Excel tanto para la elaboración de los cuestionarios, tabulaciones y tablas, permitiendo el análisis e interpretación de cada uno. Asimismo, permitió analizar los resultados más relevantes de las variables, para realizar las conclusiones.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Enunciado del problema	Objetivos	Variable	Hipótesis	Método		
<p>¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020</p> <p><b>Objetivo específico:</b> Describir las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020</p> <p>Determinar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020</p>	<p><b>Atención al cliente</b></p> <p><b>Gestión de calidad</b></p>	<p>Hernández y Torres, (2018) Afirma: “No toda investigación plantea hipótesis y más cuando es una investigación descriptiva, ya que solo mostrará las características del problema y describirá tal cual es. (p.194).</p>	<p><b>Población</b> Atención al cliente 246 clientes. Gestión de calidad 2 dueños.</p> <p><b>Muestra</b> Atención al cliente 150 clientes. Gestión de calidad 2 dueños.</p>	<p><b>Tipo de investigación</b> (cuantitativa)</p> <p><b>Nivel de la investigación</b> (nivel descriptivo)</p> <p><b>Diseño de la investigación</b> (trasversal-no experimental)</p>	<p><b>Instrumento</b> (Cuestionario)</p> <p><b>Técnica</b> (Encuesta)</p>

#### **4.7 Principios éticos**

Uladech (2019) todas las investigaciones en la universidad se guían de los siguientes principios.

##### **Protección a las personas.**

A todas las personas que participaron en esta investigación se le prestó un cierto grado de protección, de acuerdo a los riesgos en que puedan incurrir, en donde se cuidó y respetó, su dignidad como persona, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Asimismo, a todas las personas que participaron en la investigación se le informó a través del consentimiento informado sobre el propósito y la finalidad de la investigación, por lo cual su participación fue voluntaria (Uladech, 2019).

##### **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.**

En esta investigación no se involucró el ambiente y la biodiversidad, por esa razón no se aplicó este principio (Uladech, 2019).

##### **Libre participación y derecho a estar informado.**

A las personas que participaron en la investigación se le informó a través del consentimiento informado del propósito y la finalidad de la investigación. Por ende, su participación fue voluntaria (Uladech, 2019).

##### **Beneficencia no maleficencia.**

En esta investigación se aseguró el bienestar de las personas con quien se trabajó, para que el estudio no cause daño alguno, de modo que se disminuyó los posibles efectos y se maximizó los beneficios (Uladech, 2019).

**Justicia.**

Como investigador se sabe que se está sujeto a juicios, por lo que no se realicen prácticas injustas, asimismo se les otorga el derecho a los participantes de la investigación acceder a los resultados (Uladech, 2019).

**Integridad científica.**

La integridad científica de la investigación no solo se regirá para esta actividad, sino para todas las investigaciones en el proceso de formación como profesional (Uladech, 2019).

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

**Variable:** Atención Al Cliente

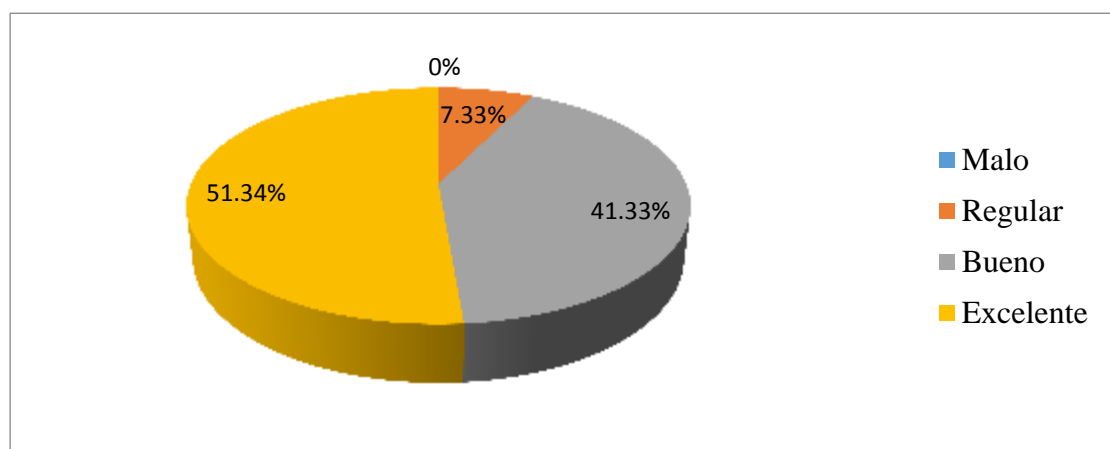
Tabla 1  
*Infraestructura de la ferretería*

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Malo	0	0%
Regular	11	7.33%
Bueno	62	41.33%
Excelente	77	51.34%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

*Figura 1*

Infraestructura de la ferretería



Fuente: Tabla 1

**Interpretación:** De un total 150 clientes encuestados de la Ferretería Tesorito el 51.34% (77 clientes) indicaron que es excelente la infraestructura que tiene la ferretería Tesorito, el 41.33% (62 clientes) manifestaron bueno, el 7.33% (11 clientes) declararon regular. La Ferretería cuenta con una adecuada infraestructura la cual es favorable para la actividad del negocio y los clientes.

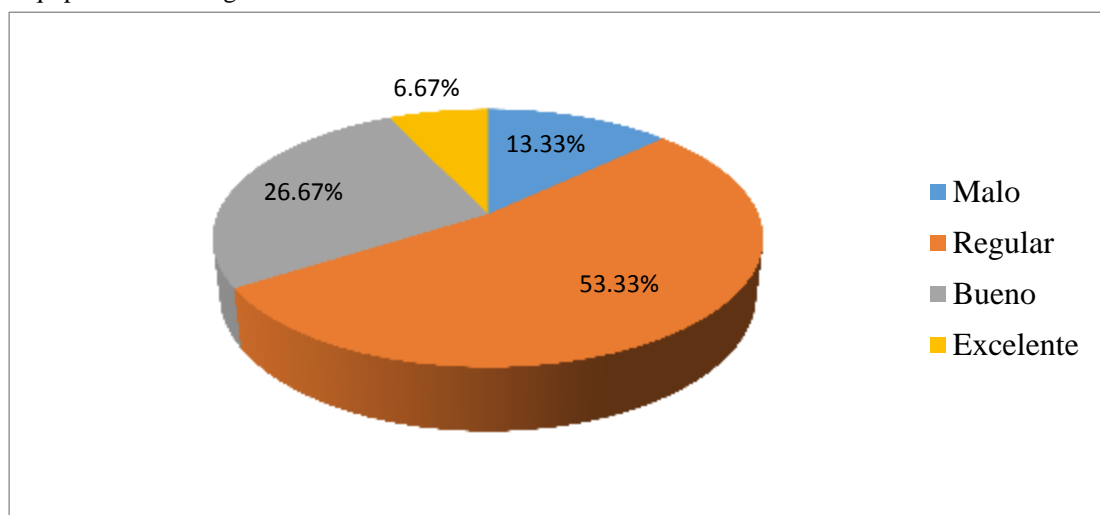
Tabla 2  
Equipamiento de seguridad

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Malo	20	13.33%
Regular	80	53.33%
Bueno	40	26.67%
Excelente	10	6.67%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 2

Equipamiento de seguridad



Fuente: Tabla 2

**Interpretación:** De un total 150 clientes encuestados de la Ferretería Tesorito el 53.33% (80 clientes) indicaron que es regular el equipamiento de seguridad que tiene la Ferretería Tesorito en su establecimiento, el 26.67% (40 clientes) manifestaron bueno, el 13.33% (20 clientes) declararon malo y por último el 6.67% (10 clientes) mencionaron excelente. La ferretería cuenta con un inadecuado equipo de seguridad que puede afectar la seguridad de los clientes y trabajadores.

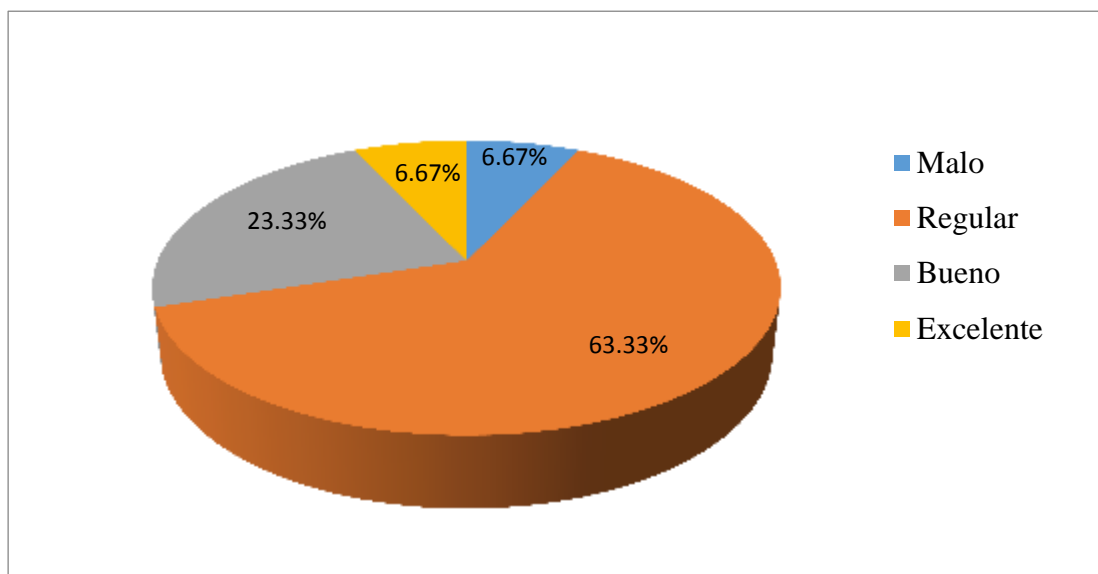
Tabla 3  
Orden del local

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Malo	10	6.67%
Regular	95	63.33%
Bueno	35	23.33%
Excelente	10	6.67%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 3

Orden del local



Fuente: Tabla 3

**Interpretación:** De un total 150 clientes encuestados de la Ferretería Tesorito el 63.33% (95 clientes) indicaron que es regular el orden del local de la Ferretería Tesorito, el 23.33% (35 clientes) manifestaron bueno, el 6.67% (10 clientes) declararon malo y por último el 6,67% (10 clientes) mencionaron excelente. La ferretería ordena sus productos de manera inapropiada, causando desorden y un mal imagen del establecimiento.



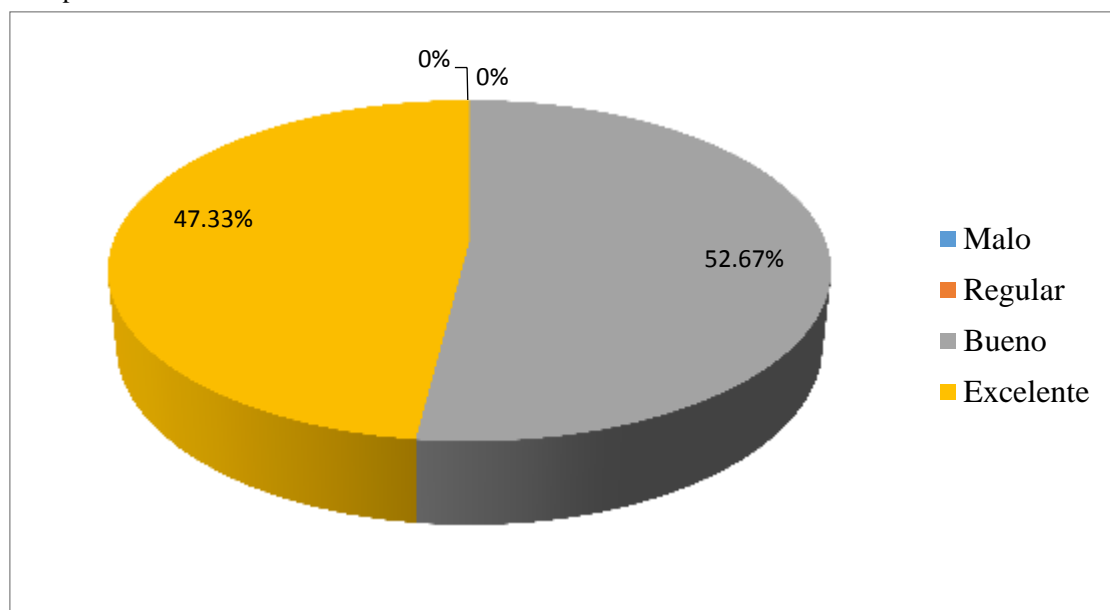
Tabla 4  
Limpieza del local

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Malo	0	0%
Regular	0	0%
Bueno	79	52.67%
Excelente	71	47.33%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 4

Limpieza del local



Fuente: Tabla 4

**Interpretación:** De un total 150 clientes encuestados de la Ferretería Tesorito el 52.69% (79 clientes) indicaron que es bueno la limpieza del local de la Ferretería Tesorito, el 47.33% (71 clientes) manifestaron excelente. La ferretería mantiene limpio su local, permitiéndole brindar una atención higiénica y saludable.

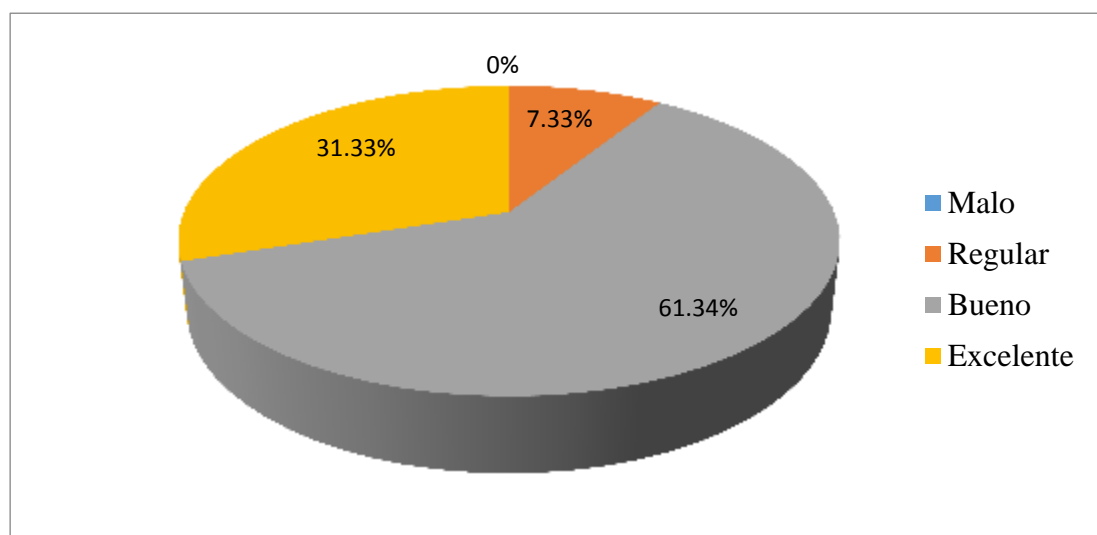
Tabla 5  
 Transparencia del personal

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Malo	0	0%
Regular	11	7.33%
Bueno	92	61.34%
Excelente	47	31.33%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 5

Transparencia del personal



Fuente: Tabla 5

**Interpretación:** De un total 150 clientes encuestados de la Ferretería Tesorito el 61.34% (92 clientes) indicaron que es bueno la transparencia que tienen los personales de ferretería cuando les habla de los productos, el 31.33% (47 clientes) manifestaron excelente, el 7.33% (11 clientes) declararon regular. El personal de la ferretería se comunica de manera transparente con sus clientes, permitiendo que accedan a los productos de forma deseada.

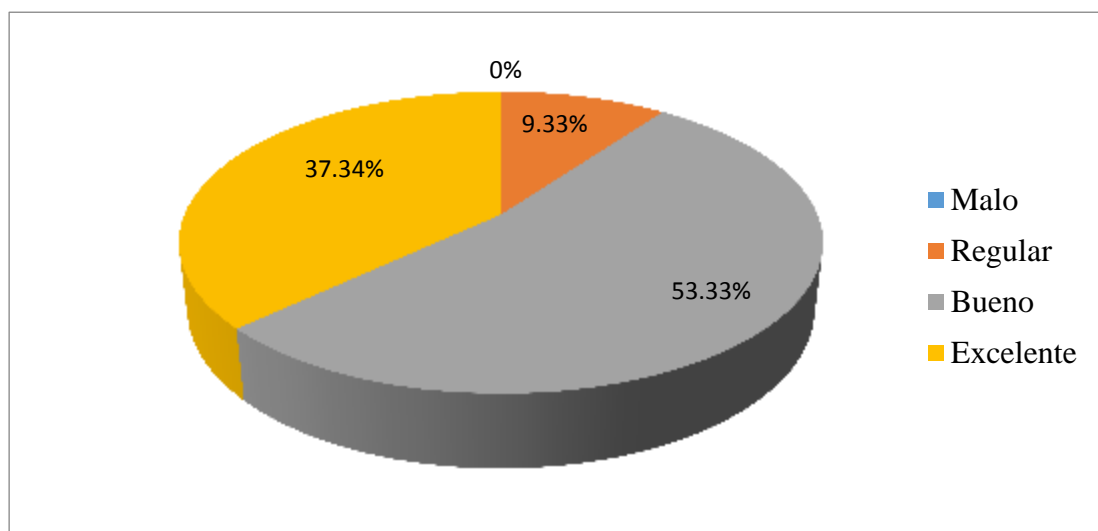
Tabla 6  
Expresión de palabras

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Malo	0	0%
Regular	14	9.33%
Bueno	80	53.33%
Excelente	56	37.34%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 6

Expresión de palabras



Fuente: Tabla 6

**Interpretación:** De un total 150 clientes encuestados de la Ferretería Tesorito el 53.33% (80 clientes) indicaron que es bueno la expresión de palabras que tienen los personales de la ferretería cuando se comunican, el 37.34% (56 clientes) manifestaron excelente, el 9.33% (14 clientes) declararon regular. El personal de la ferretería se expresa de manera adecuada, de forma que los clientes pueden entenderlo.

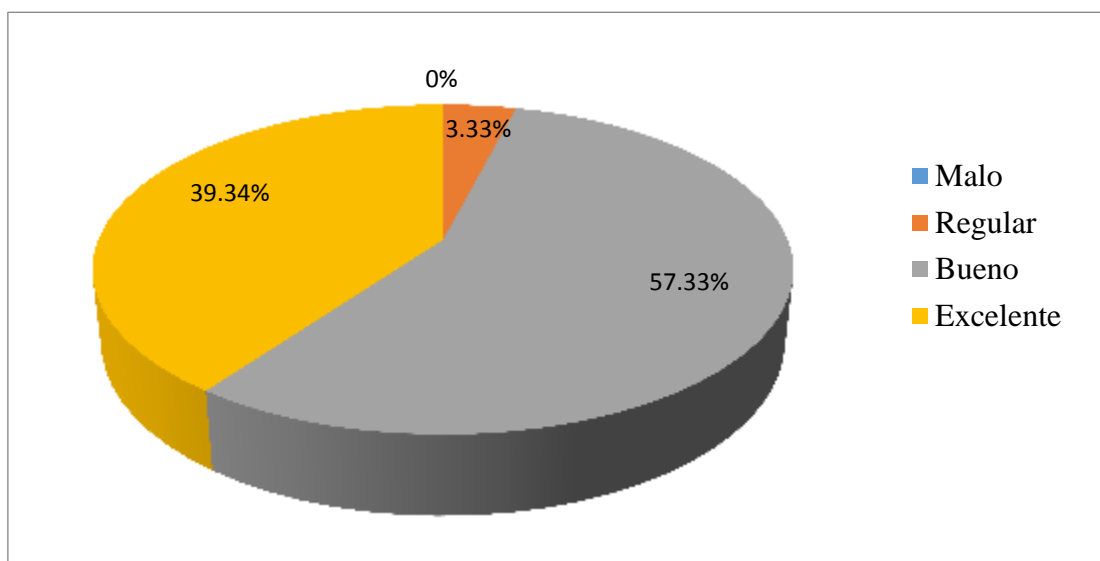
Tabla 7  
Comportamiento del personal

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Malo	0	0%
Regular	5	3.33%
Bueno	86	57.33%
Excelente	59	39.34%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 7

Comportamiento del personal



Fuente: Tabla 7

**Interpretación:** De un total 150 clientes encuestados de la Ferretería Tesorito el 57.33% (86 clientes) indicaron que es bueno el comportamiento que tiene los personales de La Ferretería Tesorito, el 39.34% (59 clientes) manifestaron excelente, el 3.33% (5 clientes) declararon regular. El comportamiento que muestra el personal de la ferretería es favorable para la atención.

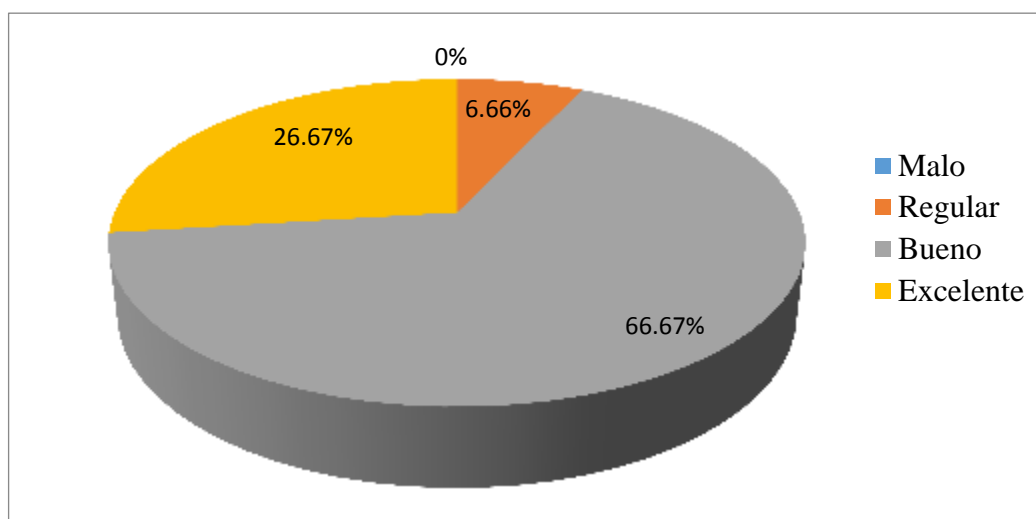
Tabla 8  
Paciencia del personal

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Malo	0	0%
Regular	10	6.66%
Bueno	100	66.67%
Excelente	40	26.67%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 8

Paciencia del personal



Fuente: Tabla 8

**Interpretación:** De un total 150 clientes encuestados de la Ferretería Tesorito el 66.67% (100 clientes) indicaron que es bueno la paciencia que muestra los personales de la Ferretería Tesorito para atenderlos, el 26.67% (40 clientes) manifestaron excelente, el 6.66% (10 clientes) declararon regular. El personal de la ferretería mantiene mucha paciencia con los clientes, de modo que toleran y soportar diversas acciones sin presentar nerviosismo ni perder la calma.

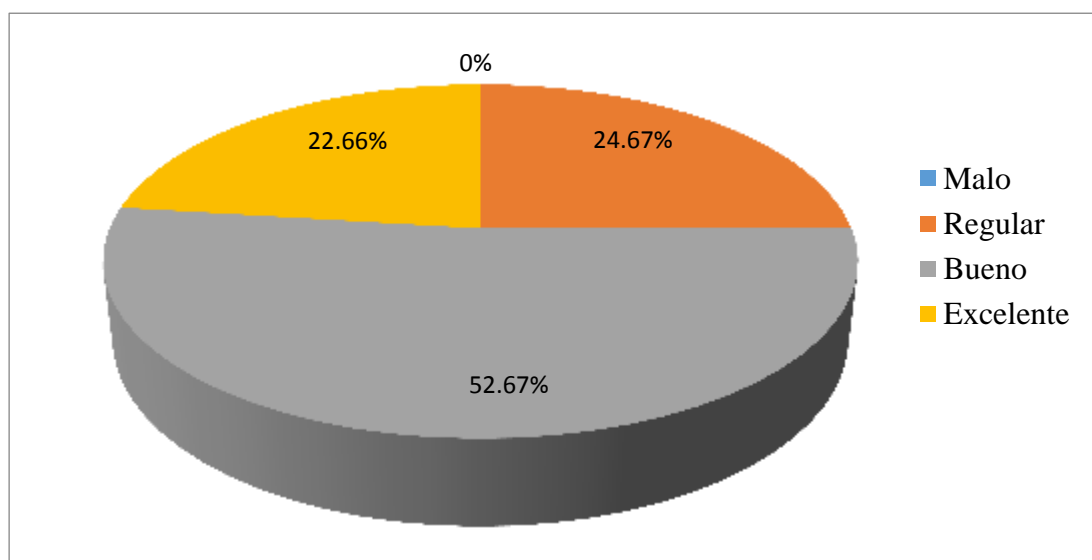
Tabla 9  
Interés en el cliente

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Malo	0	0%
Regular	37	24.67%
Bueno	79	52.67%
Excelente	34	22.66%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 9

Interés en el cliente



Fuente: Tabla 9

**Interpretación:** De un total 150 clientes encuestados de la Ferretería Tesorito el 52.67% (79 clientes) indicaron que es bueno el interés que les muestran los personales de la ferretería cuando los atienden, el 24.67% (37 clientes) manifestaron regular, el 22.66% (34 clientes) declararon excelente. El personal que brinda la atención se interesa necesidades y deseos de los clientes.

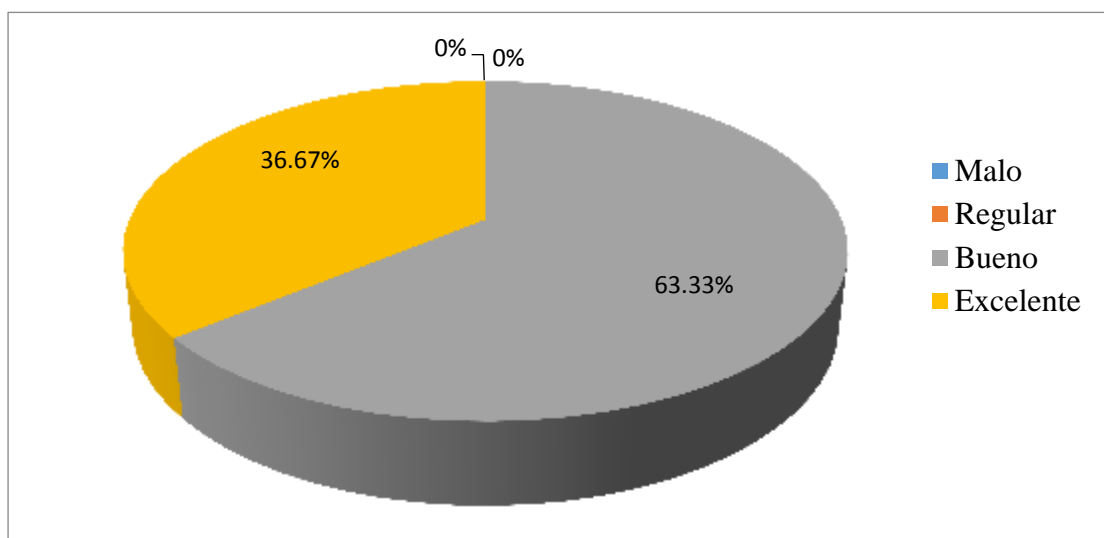
Tabla 10  
Solución de problemas

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Malo	0	0%
Regular	0	0%
Bueno	95	63.33%
Excelente	55	36.67%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 10

Solución de problemas



Fuente: Tabla 10

**Interpretación:** Según los datos obtenidos de la encuesta aplicada el 63.33% (95 clientes) indicaron que es bueno la solución de los problemas que brinda los personales de la ferretería, el 36.67% (55 clientes) manifestaron excelente. El personal de la ferretería soluciona los problemas del cliente de forma adecuada.

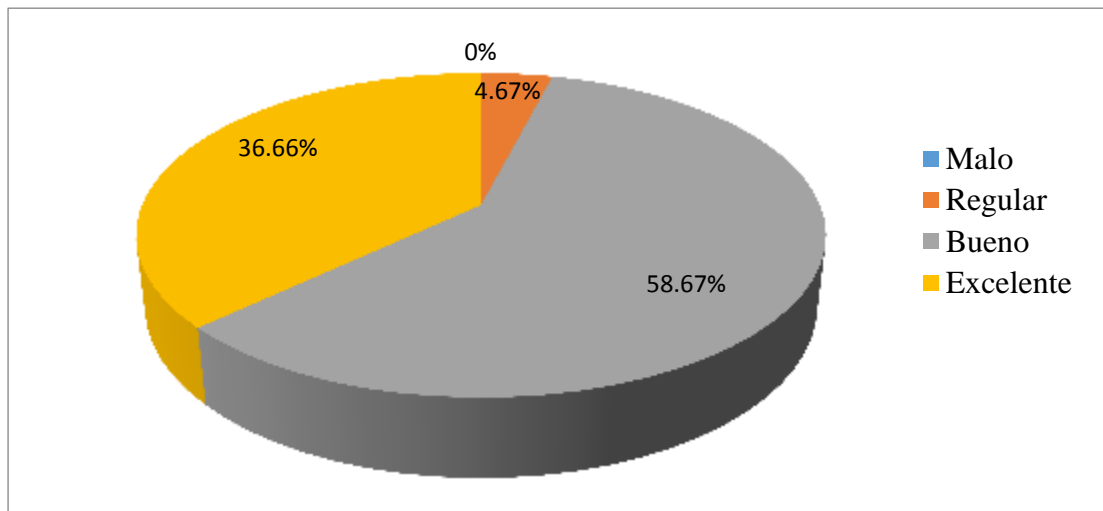
Tabla 11  
Amabilidad del personal

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Malo	0	0%
Regular	7	4.67%
Bueno	88	58.67%
Excelente	55	36.66%
Total	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 11

Amabilidad del personal



Fuente: Tabla 11

**Interpretación:** Según los datos obtenidos de la encuesta aplicada el 58.67% (88 clientes) indicaron que es bueno la amabilidad que tienes los personales de la ferretería para atenderlos, el 36.66% (55 clientes) manifestaron excelente, el 4.67% (7 clientes) declararon regular. El personal de la ferretería se dirige a los clientes de manera amable.



**Variable:** Gestión De Calidad

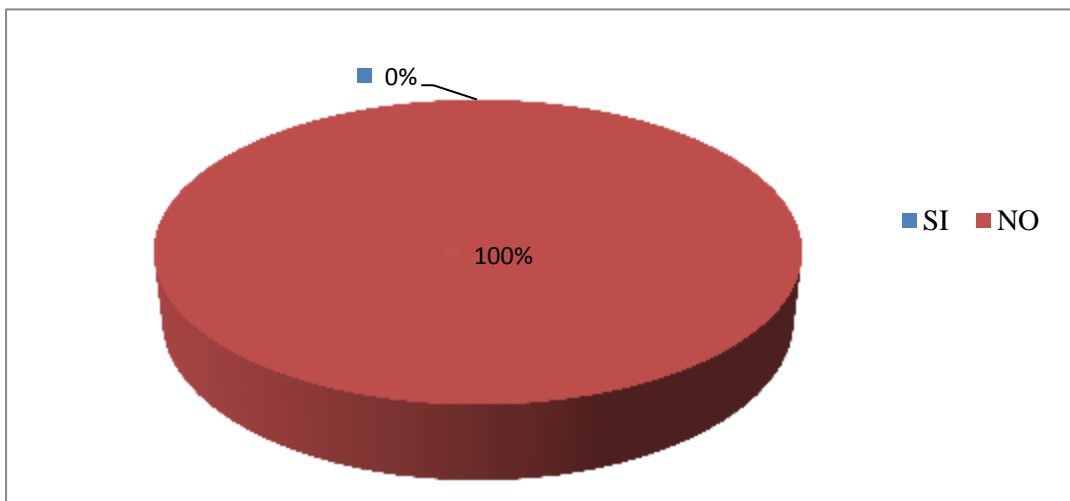
Tabla 12  
*Metas adecuadas*

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	0	0%
NO	2	100%
Total	2	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

*Figura 12*

Metas adecuadas



**Fuente:** Tabla 12

**Interpretación:** De un total de los 2 dueños de la Ferretería Tesorito, el 100% (los 2 dueños) indicaron que no cuenta con metas adecuadas. La Ferretería no cuenta con metas apropiadas que le permitan dar una dirección adecuada a las actividades a corto plazo.

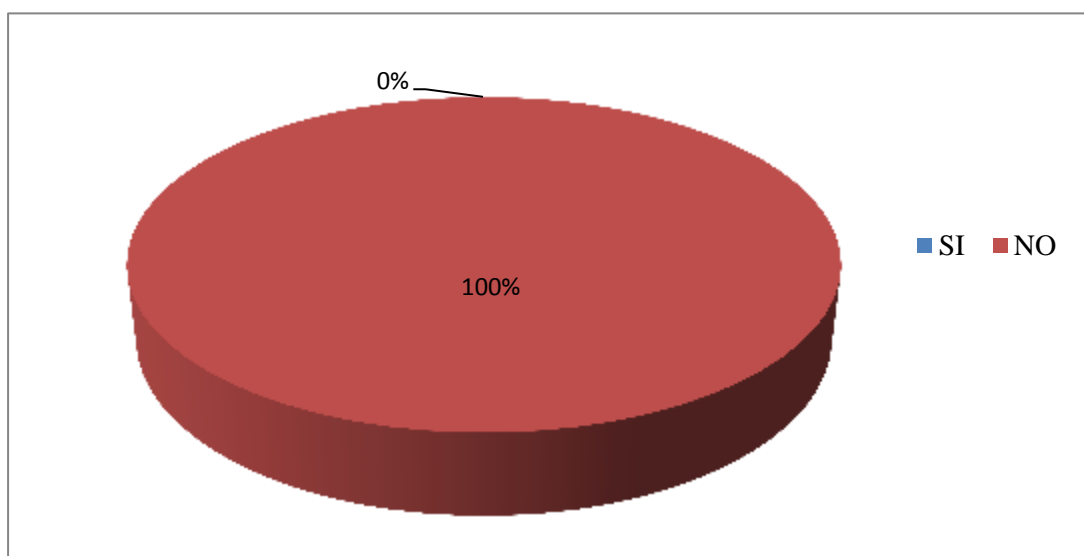
Tabla 13  
*Objetivos adecuados*

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	0	0%
NO	2	100%
Total	2	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 13

Objetivos adecuados



Fuente: Tabla 13

**Interpretación:** De un total de los 2 dueños de la Ferretería Tesorito el 100% (los 2 dueños) indicaron que no cuenta con objetivos adecuados. La ferretería no cuenta con objetivos adecuados, impidiendo que las actividades tengan una dirección o propósito a largo plazo.

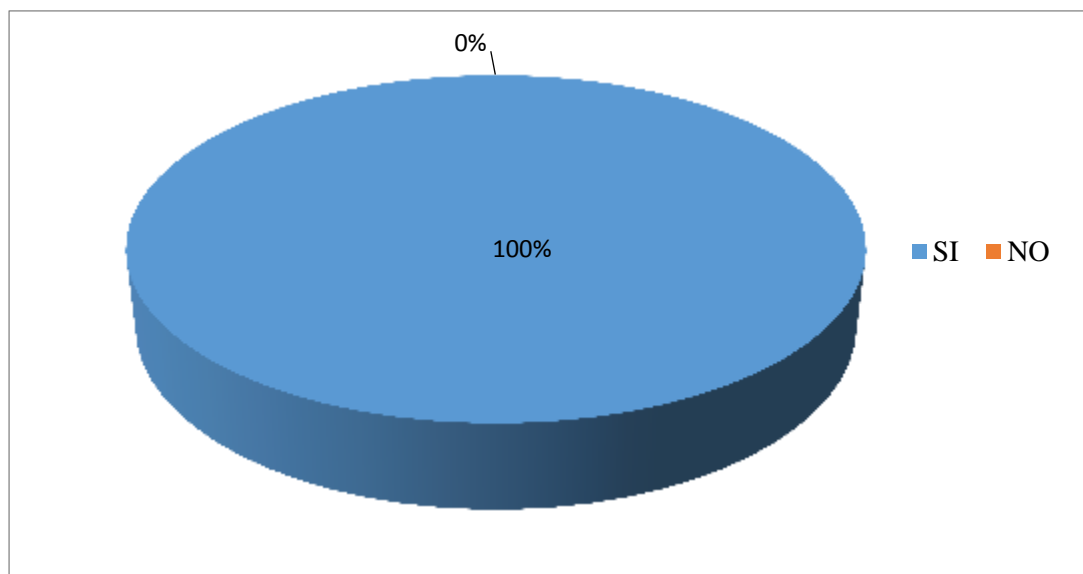
Tabla 14  
Ejecución adecuada de las actividades

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	2	100%
NO	0	0%
Total	2	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 14

Ejecución adecuada de las actividades



Fuente: Tabla 14

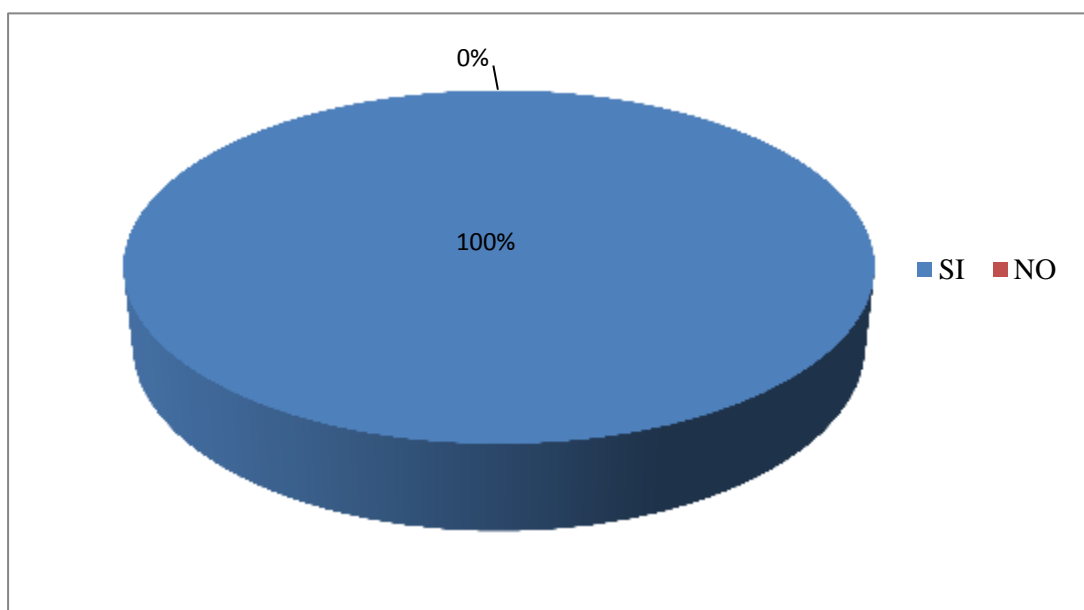
**Interpretación:** De un total de los 2 dueños de la Ferretería Tesorito el 100% (los 2 dueños) indicaron que si se están ejecutando de manera adecuada las actividades de la ferretería. Las actividades de la ferretería se están ejecutando de manera adecuada y responsable.

Tabla 15  
*Presenta resultados adecuados*

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	2	100%
NO	0	0%
Total	2	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 15  
 Presenta resultados adecuados



Fuente: Tabla 15

**Interpretación:** De un total de los 2 dueños de la Ferretería Tesorito el 100% (los 2 dueños) indicaron que si presenta resultados adecuados. El negocio presentante resultados favorables debido a que presenta una buena venta y aceptación por parte de los clientes.

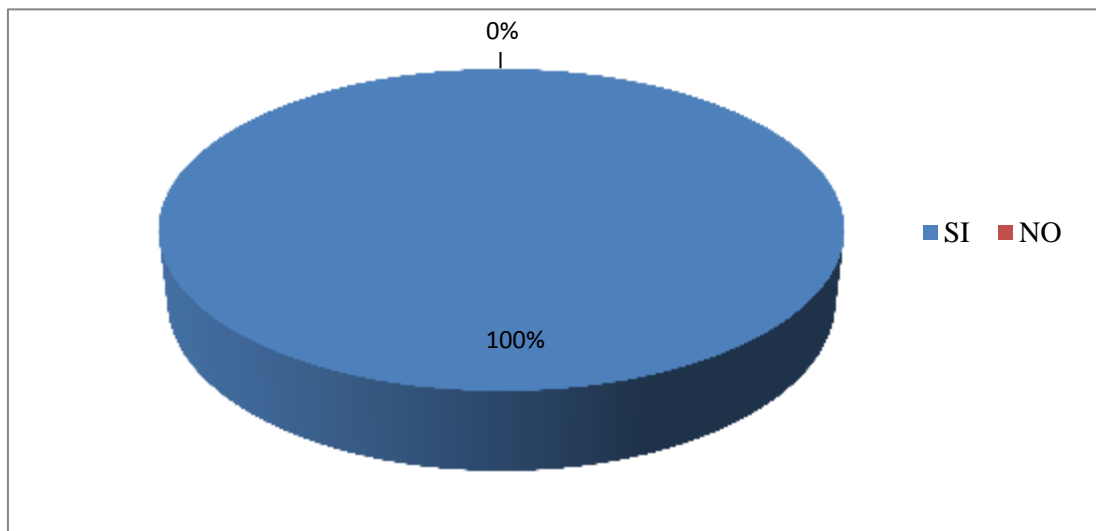
Tabla 16  
Decisiones adecuadas

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	2	100%
NO	0	0%
Total	2	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 16

Decisiones adecuadas



Fuente: Tabla 16

**Interpretación:** De un total de los 2 dueños de la Ferretería Tesorito el 100% (los 2 dueños) indicaron que si se toman decisiones adecuadas antes un problema. Las decisiones tomadas por los dueños de la ferretería ante algún problema son adecuadas.

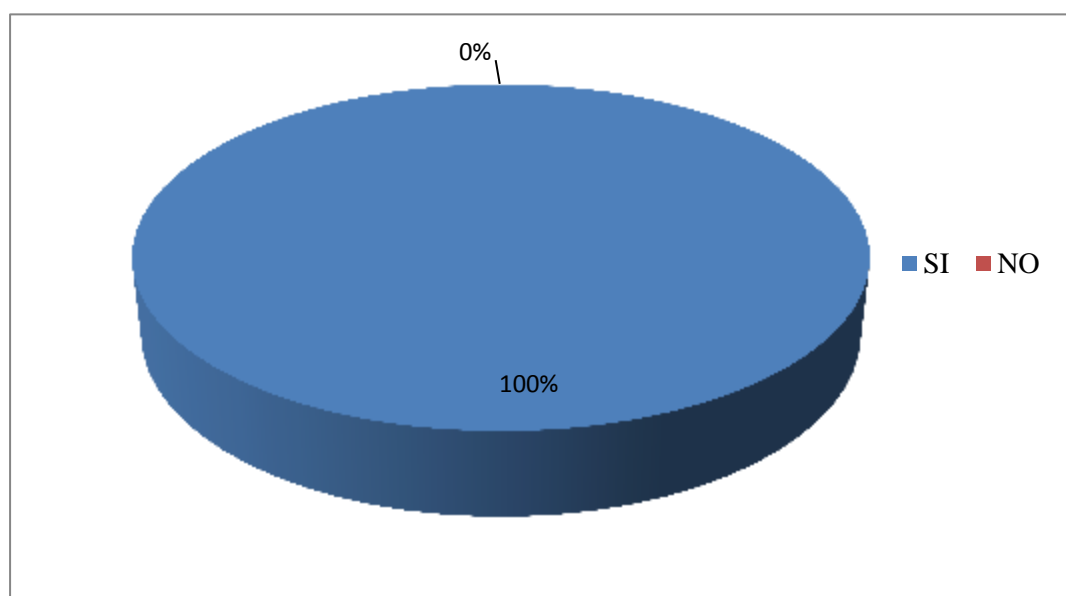
Tabla 17  
Solución de los errores

ESCALAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	2	100%
NO	0	0%
Total	2	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de la Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020

Figura 17

Solución de los errores



Fuente: Tabla 17

**Interpretación:** De un total de los 2 dueños de la Ferretería Tesorito el 100% (los 2 dueños) indicaron que si se están solucionando adecuadamente los errores que presenta la ferretería. Los errores que se presentan en la ferretería son solucionados de la mejor manera.

## **5.2 Análisis de los resultados**

**Con respecto al objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020**

De acuerdo a los resultados obtenidos de la variable atención al cliente: En cuanto a la dimensión aspectos tangibles, se pueden apreciar en las tablas N° 2 y 3 que el 53.33% de los clientes consideran que la ferretería cuenta con regulares equipos de seguridad para ejercer sus actividades. Además, el 63.33% indican que la ferretería presenta un orden regular dentro del local. De modo que la propuesta es crear un plan de control de dichos aspectos, por lo que se debe realizar un seguimiento constante de la fecha de caducidad de los extintores y medicinas, para que se mantenga el botiquín operativo, de igual modo que el local este señalizado e iluminado adecuadamente. Por otra parte, los productos que se ofrecen al cliente deben ser ordenados y ofrecidos de acuerdo a su característica, tamaño, peligrosidad y el ambiente correspondiente, para evitar accidentes y mostrar una buena imagen del establecimiento. También se debe implementar en el almacén un Kardex para llevar un registro estructurado sobre la existencia de los productos dentro del local, con el fin de clasificar y llevar un control de los movimientos, tanto de ingresos como salidas y presentar reportes. Respecto a la variable gestión de calidad: En lo que respecta a la dimensión de planificación, se pueden apreciar en las tablas N° 12 y 13 que el 100% de los dueños consideran que el negocio no cuenta con objetivos y metas apropiadas. Por ende, la propuesta de mejora es elaborar un plan estratégico, mediante un análisis de FODA y análisis PESTEL, con el propósito de plantear metas y objetivos reales, en base a un plan operativo y

estratégico, con el fin de lograr resultados a largo y corto plazo. Estos datos se comparan con el trabajo de Mejía (2016) titulado, *Propuesta para mejorar el servicio al cliente de la Empresa de Ferretería y Tlapalería ubicado en la Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, para impulsar su competitividad*. Concluyo que la Ferretería de la Heroica Ciudad de Huajuapán, le es muy necesario mejorar el servicio al cliente, siendo esta un área de oportunidad para mejorar la atención, de modo que la propuesta es mejorar la gestión de la empresa y plantear estrategias que permitan un servicio satisfactorio. Con los resultados obtenidos se puede considerar que hay una similitud, debido a que Mejía en su investigación indica que la propuesta es mejorar la gestión y plantear estrategias que permitan un servicio satisfactorio, del mismo modo la Ferretería Tesorito carece de objetivos y metas adecuadas que le impiden presentar una gestión óptimo a largo plazo y satisfacer las necesidades del cliente. En donde es muy importante que la ferretería cuente con lo mencionado para una apropiada gestión y lograr satisfacer las necesidades del cliente. Dicha información se complementa con lo indicado por Uribe (2012). Es el conjunto de acciones que tiene como objetivo maximizar el funcionamiento de la empresa a través de estrategias que garanticen una buena producción y servicio para el cliente, buscando conseguir los objetivos propuestos, para la cual se requiere de empleados capacitados, herramientas y equipos adecuados que permitan lograr la calidad y la eficiencia de la empresa.



**Con respecto al objetivo específico 1: Describir las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020**

De acuerdo a los resultados obtenidos de la dimensión aspectos tangibles, se pueden apreciar en las tablas N° 1 y 4 que el 51.34% de los clientes consideran que es buena la infraestructura de la ferretería, del mismo modo el 52.67% mencionan que hay una buena limpieza del local. Aunque en las tablas N° 2 y 3 el 53.33% consideran que son regulares los equipos de seguridad con que cuenta la ferretería, del mismo modo el 63.33% indican que la ferretería presenta un orden regular dentro del local. En lo que respecta a la dimensión de aspectos intangibles, se pueden apreciar en las tablas N° 5, 9, 10 y 11 que el 61.34% de los clientes consideran buena la transparencia del personal cuando les habla de sus productos, el 52.67% indicaron que el personal les muestra interés cuando los atienden, el 63.33% declararon que solucionan cualquier problema de manera correcta, asimismo el 58.67% mencionaron que el personal de la ferretería es amable con la atención. Por lo cual se describe que las características de atención al cliente que presenta la ferretería es buena, debido a que cuenta con buena infraestructura, limpieza del local y el personal muestra mucho interés en la satisfacción del cliente, puesto que se comunican de manera transparente cuando les habla de los productos, además solucionan algunos percances que puedan suceder en la atención de forma adecuada y mostrando mucha amabilidad. Aunque se debe de mejorar los equipos de seguridad y orden del local para que la atención sea más segura. Estos datos se compararán con el trabajo de Gramajo (2018) titulado, *Servicio al cliente en la ferretería del municipio de Salcajá, departamento de Quetzaltenango*. Concluye que la ferretería del Municipio de

Salcajá, departamento de Quetzaltenango realiza un servicio de forma básica o incluso incompleta. Con los resultados obtenidos se puede indicar que no hay una similitud entre ambos resultados, debido a que la Gramajo en su investigación indica que Ferretería no muestra mucho interés en la satisfacción del cliente, mientras que la Ferretería Tesorito si lo realiza y busca la satisfacción del cliente. Es importante conocer los puntos tangibles e intangibles del negocio, que permita mejorar e innovar las herramientas para ejercer de la actividad, del mismo modo capacitar, motivar y cuidar la parte humana. Dicha información se complementa con lo indicado por Pérez (2010). Es un servicio proporcionado por una entidad con el propósito de relacionarse e interactuar con el cliente brindándole asesoramiento adecuado para asegurar su satisfacción. Hoy en día los clientes son la razón de existir de las empresas, debido a que el mercado sea convertido muy competitivo, tanto en los productos y servicios similares o iguales que se ofrecen, generando que el cliente tenga muchas opciones de consumo, por ende, las empresas están obligadas a presentar algo diferente al cliente, en donde muchos de los clientes suelen darle mucha importancia a los componentes tangibles e intangibles que brinda la empresa.

**Con respecto al objetivo específico 2: Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020**

De acuerdo a los resultados obtenidos de la dimensión planificar se pueden apreciar en las tablas N° 12 y 13 que el 100% de los dueños indican que la ferretería no cuenta con objetivos y metas adecuadas, asimismo se puede apreciar en la tabla N° 14 que el 100% de los dueños consideran que se están ejecutando adecuadamente

las actividades del negocio. En lo que respecta a la dimensión de comprobar se puede observar en la tabla N° 15 que el 100% de los dueños mencionan que la ferretería si presenta resultados deseados. En lo que respecta a la dimensión de actuar, se pueden apreciar en las tablas N° 16 y 17, que el 100% de los dueños manifiestan que se están tomando decisiones adecuadas, por lo que los errores son afrontados y erradicados de la mejor manera. Por ende, se llegó a determinar que las características de la gestión de calidad que presentan la ferretería poseen deficiencias, debido a que no cuenta con metas y objetivos adecuados, por lo que a largo plazo puede generar graves problemas a la actividad. Estos datos se comparan con el trabajo de Castillo (2019) titulado, *Caracterización de gestión de calidad e innovación de servicios en las MYPE, rubro ferretería Piura Centro, año 2017*. Concluye que las ferreterías que se encuentran ubicados en el centro de la Ciudad de Piura brindan un adecuado servicio a sus clientes debido a que presentan una buena gestión. Con los datos obtenidos se puede comparar que no hay una similitud entre ambos resultados, debido a que la Ferretería Tesorito no cuenta con una buena gestión de calidad, mientras que la ferretería de Piura centro sí. Indicar la importancia de que la Ferretería cuente con objetivos y metas claras, de forma que son esenciales para que se pueda obtener una gestión que sea de mayor calidad. Dicha información se complementa con lo indicado por Arbós (2012). Es el conjunto de estrategias que tiene como objeto maximizar la productividad de la empresa, a través de la mejora continua, en donde consta de planificar, realizar, comprobar y actuar de acuerdo a los resultados de la actividad. La calidad implica el cumplir con las expectativas, gustos y preferencias del cliente, para satisfacer sus necesidades.

**Con respecto al objetivo específico 3: Determinar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete. 2020**

De acuerdo a los resultados obtenidos de la variable atención al cliente: En cuanto a la dimensión de aspectos tangibles, se pueden apreciar en las tablas N° 2 y 3 que el 53.33% de los clientes consideran que la ferretería cuenta con regulares equipos de seguridad, Asimismo el 63.33% declararon que la ferretería presenta un orden regular dentro del local. Por lo que se determina que Carecen de equipos de seguridad que estén adecuadamente implementados para hacerle frente a los accidentes o emergencias, de la misma manera no presenta un orden apropiado de cada uno de los productos que se ofrecen. Respecto a la variable gestión de calidad: En lo que respecta a la dimensión de planificación, se puede apreciar en las tablas N° 12 y 13 que el 100% de los dueños de la ferretería consideran que no cuentan con objetivos y metas adecuadas. Por lo cual se determina de la empresa no cuenta con objetivos y metas adecuadas. Estos datos se comparan con el trabajo de Jorge (2015) titulado, *El control interno de calidad como herramienta de mejora de la gestión de las MYPES rubro ferretería Lans E.I.R.L. Lima-Perú 2015*. Concluye que existe un inadecuado control interno que dificulta el cumplimiento de metas y objetivos principal de la Empresa Lans E.I.R.L. Con los datos obtenidos se puede comparar de que no hay una similitud entre ambos resultados, debido a que Jorge en su investigación indica que hay un inadecuado control interno dificulta el cumplimiento de metas y objetivos de le empresa, mientras que la Ferretería Torito presenta carencias para definir dichos aspectos. Es importante que los dueños de la ferretería

tomen medidas inmediatas para dar solución a los problemas que afectan la actividad para evitar resultados negativos largo plazo. Dicha información se complementa con lo indicado por Torres (2010). Es la forma en que la empresa plantea generar una conexión con el cliente, con la finalidad de que puedan acceder a dicho producto o servicio, pero lo más importante fidelizar al cliente, por la que las empresas son muy cuidadosas cuando se refiere a la atención del cliente, ya que saben la importancia que tienen cada uno de ellos para mantenerse en el mercado largo plazo, en donde va depender mucho de las estrategias y cambios organizacionales que tenga la empresa con el paso del tiempo.

## VI. CONCLUSIONES

En esta investigación se elabora la propuesta de mejora que busca resolver las deficiencias de la atención al cliente para la gestión de calidad que presenta la Ferretería Tesorito, que consiste en solucionar de la siguiente manera. Con respecto a la atención al cliente la empresa no cuenta con adecuados equipos de seguridad y orden del local. De modo que la propuesta es crear un plan de control de dichos aspectos, por lo que se debe realizar un seguimiento constante de la fecha de caducidad de los extintores y medicinas, para que se mantenga el botiquín operativo, de igual modo que el local este señalizado e iluminado adecuadamente. Por otra parte, los productos que se ofrecen al cliente deben ser ordenados y ofrecidos de acuerdo a su característica, tamaño, peligrosidad y el ambiente correspondiente, para evitar accidentes y mostrar una buena imagen del establecimiento. También se debe implementar en el almacén un Kardex para llevar un registro estructurado sobre la existencia de los productos dentro del local, con el fin de clasificar y llevar un control de los movimientos, tanto de ingresos como salidas y presentar reportes. Con respecto a la gestión de calidad la ferretería no cuenta con objetivos y metas adecuadas, por ende, la propuesta de mejora es elaborar un plan estratégico, mediante un análisis de FODA y análisis PESTEL, con el propósito de plantear metas y objetivos reales, en base a un plan operativo y estratégico, con el fin de lograr resultados a largo y corto plazo. En donde es muy importante que la ferretería cuente con lo mencionado para una apropiada gestión y lograr satisfacer las necesidades del cliente.

Asimismo, se describe que las características de atención al cliente que presenta la ferretería es buena, debido a que cuenta con buena infraestructura, limpieza del local

y el personal muestra mucho interés en la satisfacción del cliente, puesto que se comunican de manera transparente cuando les habla de los productos, además solucionan algunos percances que puedan suceder en la atención de forma adecuada y mostrando mucha amabilidad. Aunque se debe de mejorar los equipos de seguridad y orden del local para que la atención sea más segura. Es importante conocer los puntos tangibles e intangibles del negocio, que permita mejorar e innovar las herramientas para ejercer de la actividad, del mismo modo capacitar, motivar y cuida la parte humana.

Igualmente se llegó determinar que las características de la gestión de calidad que presentan la ferretería poseen deficiencias, debido a que no cuenta con metas y objetivos adecuados, por lo que a largo plazo puede generar graves problemas a la actividad. Indicar la importancia de que la Ferretería cuente con objetivos y metas claras, de forma que son esenciales para que se pueda obtener una gestión que sea de mayor calidad.

Por último se llegó a determinar que la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, es que la Ferretería Tesorito presenta algunas deficiencias que se debe de solucionar. Con respecto a la atención al cliente carecen de equipos de seguridad que estén adecuadamente implementados para hacerle frente a los accidentes o emergencias, de la misma manera no presenta un orden apropiado de cada uno de los productos que se ofrecen. Con respecto a la gestión de calidad la empresa no cuenta con objetivos y metas adecuadas. Es importante que los dueños de la ferretería tomen medidas inmediatas para dar solución a los problemas que afectan la actividad para evitar resultados negativos largo plazo.

## **Aspectos complementarios**

### **Diagnóstico de la Ferrería Tesorito:**

#### **Atención al cliente**

- Equipos de seguridad regulares
- Falta de orden en el local

#### **Gestión de calidad**

- Falta de metas adecuadas
- Falta de objetivos adecuados



## **Recomendaciones**

- Con respecto a la atención al cliente crear un plan de control de dichos problemas, por lo que se debe realizar un seguimiento constante de la fecha de caducidad de los extintores y medicinas, para que se mantenga el botiquín operativo, de igual modo que el local este señalizado e iluminado adecuadamente. Por otra parte, los productos que se ofrecen al cliente deben ser ordenados y ofrecidos de acuerdo a su característica, tamaño, peligrosidad y el ambiente correspondiente, para evitar accidentes y mostrar una buena imagen del establecimiento.
  
- Implementar en el almacén un Kardex para llevar un registro estructurado sobre la existencia de los productos dentro del local, con el fin de clasificar y llevar un control de los movimientos, tanto de ingresos como salidas y presentar reportes.
  
- Con respecto a la gestión de calidad elaborar un plan estratégico, mediante un análisis de FODA y análisis PESTEL, con el propósito de plantear metas y objetivos reales, en base a un plan operativo y estratégico, con el fin de lograr resultados a largo y corto plazo.

### Matriz De Propuesta De Mejora

Problemas	Propuesta de mejora	Actividades	Tiempo	Indicadores de medición	Metas	Presupuesto	Responsables
<b>Atención al cliente</b> -Equipo de seguridad regulares -Falta de orden en el local	Crear un plan de control de los equipos de seguridad y orden de los productos.	Verificar la fecha de caducidad de las medicinas e implementar el botiquín con medicinas esenciales ante emergencias.	<b>Mensual</b>	% Botiquín verificado	100% Botiquín operativo	Recursos propios	Dueños de la Ferrería Tesorito
		Verificar la fecha de caducidad de los extintores y realizar el cambio en el tiempo correcto.	<b>Anual</b>	% Cambio de extintores	100% Extintores operativos		
		Divisar que las señalizaciones estén adecuadamente establecidas y realizar el cambio en el tiempo correspondiente.	<b>Anual</b>	% Establecimiento de las Señalizaciones	100% Señalizaciones señalizadas		
		Ordenar los productos dentro del establecimiento de acuerdo a su tamaño, peligrosidad y el ambiente requerido.	<b>Diario</b>	% Productos ordenados	100% Productos ordenados		
		Implementar en el almacén un Kardex para llevar un registro estructurado sobre la existencia de los productos dentro del local, con el fin de clasificar los productos de acuerdo a sus características y llevar un control de los movimientos.	<b>Anual</b>	% Implementación del Kardex.	100% del funcionamiento del Kadex		
<b>Gestión de calidad</b> -Falta de metas adecuadas -Falta de objetivos adecuados	Elaborar un plan estratégico	Realizar un análisis de FODA	<b>Anual</b>	% Elaboración de la matriz FODA.	100% Análisis de FODA		
		Realizar un análisis PESTEL	<b>Anual</b>	% Elaboración de la matriz PESTEL.	100% Análisis de PESTEL		

## Referencias bibliográficas

- Acosta, S. (2019). *Box: Cadena de ferreterías*.  
<https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/17225/1/%5bP%5d%20%5bW%5d%20MBA%20Acosta%2c%20Santiago%20Jos%c3%a9.pdf>
- Alaníz, D. y Rocha H. (2016). *Estrategias de servicio al cliente en la Ferretería Franklin en la ciudad de Estelí en el año 2016*.  
<https://repositorio.unan.edu.ni/4792/1/17800.pdf>
- Allyse, G. (2019). *Importancia De La Amabilidad En El Servicio Al Cliente*.  
Negocios Y Finanzas. <https://amefine.com/negocios-finanzas/importancia-de-la-amabilidad-en-el-servicio-al-cliente/>
- Alva, E. y Mauricio, J. (2017). *La Calidad De Servicio Y Su Influencia En La Satisfacción De Los Clientes De La Ferretería J & A E.I.R.L., Bagua 2017*.  
Trujillo, Perú. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/2999>
- Amazon. L. (2007). *Toma de decisiones: Para conseguir mejores resultados*. Deusto.  
[https://books.google.com.pe/books?id=ab58g9\\_Z5CoC&printsec=frontcover&dq=toma+de+decisiones:+Para+conseguir+mejores+resultados&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiLqaz1vfPsAhXYIbkGHQCPDnQQ6AEwAHoECAUQA#v=onepage&q=toma%20de%20decisiones%3A%20Para%20conseguir%20](https://books.google.com.pe/books?id=ab58g9_Z5CoC&printsec=frontcover&dq=toma+de+decisiones:+Para+conseguir+mejores+resultados&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiLqaz1vfPsAhXYIbkGHQCPDnQQ6AEwAHoECAUQA#v=onepage&q=toma%20de%20decisiones%3A%20Para%20conseguir%20)
- Arbós, L. (2012). *Gestión de la calidad total: Organización de la producción y dirección de operaciones*. Ediciones Díaz de Santos.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=W\\_kh5TLr7uAC&oi=fnd&pg=PA575&dq=mejora+continua+calidad+arbo+&ots=W1YLQ3Y2cl&sig=Aq2a19Ve0LBItQOYrL7iytKjYVo#v=onepage&q=mejora%20continua%20](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=W_kh5TLr7uAC&oi=fnd&pg=PA575&dq=mejora+continua+calidad+arbo+&ots=W1YLQ3Y2cl&sig=Aq2a19Ve0LBItQOYrL7iytKjYVo#v=onepage&q=mejora%20continua%20)

- Bernal, J. (2013). *Ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar): El círculo de Deming de mejora continua*. <https://www.pdcahome.com/5202/ciclo-pdca/>
- Bossidy, L. y Charan, R. (2017). *El arte de la ejecución en los negocios*. Debolsillo. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=J9CuDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=El+arte+de+la+ejecuci%C3%B3n+en+los+negocios&ots=trrJzFYBx6&sig=10Nu5liX6asAG>
- Cámara de comercio de Cañete, (2019). *Las MYPES del rubro ferrería del distrito de San Vicente Cañete*.
- Cao, R. (2002). *Introducción A La Simulación Y A La Teoría De Colas*. Madrid, España: Editorial@Netbiblo.Com. <https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/11918/8497450175.pdf>
- Castillo, Y. (2019). *Caracterización De Gestión De Calidad E Innovación De Servicios En Las Mype, Rubro Ferreterías Piura Centro, Año 2017*. Piura, Perú. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10208/CALIDAD\\_INNOVACION\\_CASTILLO\\_CANO\\_YANDARCY\\_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10208/CALIDAD_INNOVACION_CASTILLO_CANO_YANDARCY_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Castro, A. (2017). *Propuesta De Mejora De Atención Al Cliente En La Empresa Lumen Ingeniera Sac, 2017*. Lima: Peru. [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3485/1/2017\\_Garc%C3%ADa-Bustamante.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3485/1/2017_Garc%C3%ADa-Bustamante.pdf)
- Colorado, F. (2009). *El ciclo PHVA de Deming y el proceso administrativo de Fayol*. Academia.

[https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=El+ciclo+PHVA+de+Deming+y+el+proceso+administrativo+de+Fayol.+Academia&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=El+ciclo+PHVA+de+Deming+y+el+proceso+administrativo+de+Fayol.+Academia&btnG=)

Chipantiza, A. y Mercedes, S. (2019). *Plan de mejora continua para los procesos de atención al cliente en la ferretería FERRICAP de la ciudad de Babahoyo* (Bachelor's thesis).

<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10035/1/PIUBADM020-2019.pdf?fbclid=IwAR3a25dDi2z4An2zbT4I7JoU9o26fWcVkJZ-qc1xxy37Rt1syiqB3tBlH0Sg>

Clemenza, C., Gotera, A., y Araujo, R. (2010). *Calidad de los servicios prestados por el servicio autónomo municipal de administración tributaria*. Maracaibo.

[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-99842010000100007#:~:text=Se%20define%20como%20tangible%20a,utilizar%20para%20evaluar%20la%20calidad.](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842010000100007#:~:text=Se%20define%20como%20tangible%20a,utilizar%20para%20evaluar%20la%20calidad.)

Davila, I. (2005). *La generación de capital humano a través de la formación, un análisis de su efecto sobre los resultados empresariales*. Madrid :

Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.

<https://eprints.ucm.es/5437/>

Diaz, M. (2015). *Atención Básica Al Cliente. Manual Teórico*. Madrid, España:

Editorial Cep.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=0upCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=Atenci%C3%B3n+B%C3%A1sica+Al+Cliente.+Manual+Te%C3%B3rico&ots=Xg0EK6L1FF&sig=0ac7JXcrru26l0ZeBq4PAxWC5Es#v=onepage&q=Atenci%C3%B3n>

Fernandez, E. y Fernandez, L. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Editex.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kAMoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Comunicaci%C3%B3n+empresarial+y+atenci%C3%B3n+al+cliente&ots=nCiWscy7Iz&sig=a83ypPnFF5XswJsh-xDePrtDHC4#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3n%20empresarial%20y%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente&f=false>

Fernández, I. (2017). *Prevención De La Violencia Y Resolución De Conflictos: El clima escolar como factor de calidad*. Narcea Ediciones.

<http://www.terras.edu.ar/biblioteca/39/39FERNANDEZ-Isabel-cap-4-Tipos-de-hechos-violentos.pdf>

Fierros, E. (2017). *Conozca Las Problemas Frecuentes En Una Ferreteria* .Fierros.

<https://fierros.com.co/noticias/conozca-los-problemas-frecuentes-en-una-ferreteria/>

Gestión. (21 De 9 De 2015). *Economía. Mercado De Ferreteria* .

<https://gestion.pe/economia/mercado-ferreteria-mejoramiento-hogar-facturas-6-000-millones-anuales-100517-noticia/>

Godínez, L. (2013). *Métodos, técnicas e instrumentos de investigación*. Lima, Perú.

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36745474/metodos\\_\\_tecnicas\\_e\\_instrumentos\\_de\\_investigacion\\_1.pdf?1424739195=&response-content-disposition=inline%3b+filename%3dmetodos\\_tecnicas\\_e\\_instrumentos\\_de\\_inves](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36745474/metodos__tecnicas_e_instrumentos_de_investigacion_1.pdf?1424739195=&response-content-disposition=inline%3b+filename%3dmetodos_tecnicas_e_instrumentos_de_inves)

Gómez, I. (2003). *Propósito, objetivos y metas empresariales: Una*

*conceptualización* . Revista Interamericana de Bibliotecología, 26(2).

file:///C:/Users/USER/Downloads/3073-Texto%20del%20art%C3%ADculo-10043-1-10-20091127%20(1).pdf

Gonsalo, L. (2017). *La calidad de servicio y la fidelización de los clientes de la PYME ferretería Choque SRL–Lima 2016.*

<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/401/1/GONSALO%20CHOQUE%20LIZET.pdf>

González, Y. (2015). *La planificación empresarial: un acercamiento conceptual. Recuperado el.*

file:///C:/Users/USER/AppData/Local/Temp/Rar\$Dla0.569/ypg.pdf

Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad.*

<http://uprid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1392>

Guzmán, R. (2020). *Estrategia para mejorar la atención al cliente del centro ferretero “MEGACUMBAS” matriz de la ciudad de Puyo.*

<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10987/1/PIUPADM0005-2020.pdf>

Gramajo, J. (2018). *Servicio Al Cliente En La Ferrreteria Del Municipio De Salcajá, Departamento De Quetzal Tenango . Quetzal Temango, Guatemala*

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/01/04/Solis-Marilyn.pdf>

Grijelmo, Á. (2000). *La seducción de las palabras* (Vol. 2007). México: Taurus.

<http://www.scielo.org.mx/pdf/cultural/v1n1/v1n1a7.pdf>

Hernández, R., Fernández, R. y Baptista, L. (2017). *Selección De La Muestra* (6 Ed.). . Selección De La Muestra.

[http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506\\_6.pdf?sequence=1](http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf?sequence=1)

Hernández, R. y Torres, P. (2018). *Metodología de la investigación*, México D.F, México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. Obtenido de <https://dspace.scz.ucb.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/21401/1/11699.pdf>

Hurtado, M. y Naranjo, V. (2019). *Gestión por procesos administrativos y su incidencia en la calidad de servicio en Mega Ferretería Bonilla en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, año 2018* (Bachelor's thesis, Ecuador: La Maná: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)).

<http://181.112.224.103/bitstream/27000/4796/1/UTC-PIM-000181.pdf>

Ibañez, J. (2013). *Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica*. 1-

608.[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36745474/Metodos\\_\\_tecnicas\\_e\\_instrumentos\\_de\\_investigacion\\_1.pdf?1424739195=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodos\\_tecnicas\\_e\\_instrumentos](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36745474/Metodos__tecnicas_e_instrumentos_de_investigacion_1.pdf?1424739195=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodos_tecnicas_e_instrumentos)

Jorge, M. (2015). *El control interno de calidad como herramienta en mejora de la gestión de las MYPE rubro ferreteras LANS EIRL Lima-Perú 2015*.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/1092/control\\_interno\\_gestion\\_mype\\_jorge\\_balabarca\\_manuel\\_magno.pdf?sequence=4&isallowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/1092/control_interno_gestion_mype_jorge_balabarca_manuel_magno.pdf?sequence=4&isallowed=y)

Lara, J. (2002). *La gestión de la calidad en los servicios*.

<https://www.redalyc.org/pdf/944/94401905.pdf>



Lepeley, M. (2001). *Gestión Y Calidad En Educación*. Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana. [https://www.researchgate.net/profile/Maria-Teresa-Lepeley/publication/44517745\\_Gestion\\_y\\_calidad\\_en\\_educacion\\_un\\_modelo\\_de\\_evaluacion\\_Maria\\_Teresa\\_Lepeley/links/5ac7a7b94585151e80a3b389/Gestion-y-calidad-en-educacion-un-modelo-de-evaluacion-Maria-Teresa-Lepeley.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Maria-Teresa-Lepeley/publication/44517745_Gestion_y_calidad_en_educacion_un_modelo_de_evaluacion_Maria_Teresa_Lepeley/links/5ac7a7b94585151e80a3b389/Gestion-y-calidad-en-educacion-un-modelo-de-evaluacion-Maria-Teresa-Lepeley.pdf)

Manzano, M. y Gisbert, V. (2016). *Lean manufacturing: implantación 5s. 3C Tecnología*. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/80761/Mar%C3%ADa%20Manzano%3BGisbert%20-%20Lean%20Manufacturing.%20Implantaci%C3%B3n%205s.pdf?sequence=1>

Marfil, R., Hergueta, E. y Villalonga, C. (2015). *El Factor Relacional Como Elemento Estratégico En La Comunicación Publicitaria*. Madrid, España: Quaderns De Comunicació I Cultura. [https://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi\\_a2015m6n52/analisi\\_a2015m6n52p33.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi_a2015m6n52/analisi_a2015m6n52p33.pdf)

Martínez, J. (2008). *La calidad en el servicio para la satisfacción del cliente*. Revista Unisangil Empresarial. <http://ojs.unisangil.edu.co/index.php/revistaunisangilempresarial/article/view/280>

Mata, L. (2019). *Hipótesis En La Investigación Cuantitativa. Investigalia*. <https://investigaliacr.com/investigacion/hipotesis-en-la-investigacion-cuantitativa/>

Mejia, T. (2016). *Propuesta Para Mejorar El Servicio Al Cliente De Las Empresas De Ferretería Y Tlapalería De La Heroica Ciudad De Huajuapán De León, Oaxaca, Para Impulsar Su Competitividad*. Huajuapán De León, México.

[http://jupiter.utm.mx/~tesis\\_dig/13017.pdf](http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/13017.pdf)

Melo, S. (2018). *Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Atención Al Cliente, En El Sector Comercial, Rubro Ferreterías, Clúster Jr. 7 De Junio Distrito De Callería, Año 2017*. Calleria, Pucallpa, Perú.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3774/gestion\\_de\\_calidad\\_servicio\\_melo\\_charpentier\\_sheily\\_yuri.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3774/gestion_de_calidad_servicio_melo_charpentier_sheily_yuri.pdf?sequence=1&isallowed=y)

Morales, F. (2012). *Conozca 3 Tipos De Investigación: Descriptiva, Exploratoria Y Explicativa*. Recuperado El, 11.

[file:///C:/Users/USER/Downloads/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n%20(1).pdf)

Palomo, M. (2014). *Atención al cliente*. Ediciones Paraninfo, SA.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WWWgBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=C%C3%B3mo+despertar+el+inter%C3%A9s+del+cliente&ots=6374dhzLiN&sig=dnj14p1xtCwrqv8uYGyAWnwGO7k#v=onepage&q=C%C3%B3mo%20despertar%20el%20inter%C3%A9s%20del%20cliente&f=false>

Pamies, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. ESIC editorial.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=9Nk8sWMjoBcC&oi=fnd&pg=PR11&dq=calidad+de+servicio+al+cliente+&ots=PIV->

iLjSUh&sig=S8FaEEG4On4WzpozAOqfEgmgcFg#v=onepage&q=calidad%  
20de%20servicio%20al%20cliente&f=false

Pérez, J. y Merino, M. (2017). *Difinición De Ferreteria*.

<https://definicion.de/ferreteria/#:~:text=Se%20denomina%20ferreter%C3%ADa%20al%20local,se%20lo%20conoce%20como%20ferretero.>

Pérez, V. (2010). *Calidad Total En La Atención Al Cliente* (1 Ed.). Madrid, España:

Ideapropias.

[https://www.academia.edu/8910048/CALIDAD\\_TOTAL\\_EN\\_LA\\_ATENCI%C3%93N\\_AL\\_CLIENTE\\_Pautas\\_para\\_Garantizar\\_la\\_Excelencia\\_en\\_el\\_Servicio](https://www.academia.edu/8910048/CALIDAD_TOTAL_EN_LA_ATENCI%C3%93N_AL_CLIENTE_Pautas_para_Garantizar_la_Excelencia_en_el_Servicio)

Pita, S. y Pértegas, S. (2002). *Investigación Cuantitativa Y Cualitativa*. Coruña,

España: Fistera.

[http://fistera.com/mbe/investiga/cuanti\\_cuali/cuanti\\_cuali2.pdf](http://fistera.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali2.pdf)

Ravelo, J. (2012). *Las MYPES en el Perú. Strategia*.

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/view/3952/3926>

Reyes, C. (13 De 11 De 2017). *Sistema De Gestion De Personal . Economia-*

*Ferreterias Les Ganan A Almacenes*, Pág. La Republica.

Rozas, P. y Sánchez, R. (2004). *Desarrollo De Infraestructura Y Crecimiento*

*Económico: revisión conceptual*. Santiago , Chile : Naciones Unidas .

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6441/s048642\\_es.pdf?sequence=1](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6441/s048642_es.pdf?sequence=1)

Ruiz, Y. y León, L. (2014). *El clima organizacional aspecto estratégico en el*

*servicio al cliente*. Aglala. file:///C:/Users/USER/Downloads/697-

Texto%20del%20art%C3%ADculo-2661-5-10-20180502.pdf

- Sánchez, S. (2017). *Propuesta de mejora para un centro de distribución ferretero, con base en la gestión de procesos.*  
[http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/ucsp/15465/2/s%20c3%81nchez\\_montesinos\\_ste\\_fer.pdf](http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/ucsp/15465/2/s%20c3%81nchez_montesinos_ste_fer.pdf)
- Sacristán, F. (2005). *Las 5S. Orden y limpieza en el puesto de trabajo.* Fc editorial.  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NJtWepnesqAC&oi=fnd&pg=PA13&dq=orden+y+limpieza+en+el+trabajo&ots=8uv8kiiQhH&sig=djMRE1TF9k0qeXsVIapC6UEQXW4#v=onepage&q=orden%20y%20limpieza%20en%20el%20trabajo&f=false>
- Sousa, V., Driessnack, M., y Mendes, I. (2007). *Revisión De Diseño De Investigación Resaltantes Para Enfermería Parte 1: Diseño De Investigación Cuantitativa.*  
 Online. <https://www.scielo.br/pdf/rlae/v15n3/v15n3a22.pdf>
- Tarazona, D. (2019). *Gestión De Calidad Con El Uso De Marketing Y Propuesta De Mejora En Los Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro Ferrería Del Km 26 De La Panamericana Norte, Distrito De Punte Piedra Año 2019.* Chimbote-Puente Piedra, Perú.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11361/gestion\\_de\\_calidad\\_tarazona\\_leiva\\_diogenes\\_hugo.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11361/gestion_de_calidad_tarazona_leiva_diogenes_hugo.pdf?sequence=1)
- Torres, V. (2010). *Calidad Total En La Atención Al Cliente.* Ideaspropias Editorial S.l.  
[https://www.academia.edu/8910048/calidad\\_total\\_en\\_la\\_atenci%20c3%93n\\_al\\_cliente\\_pautas\\_para\\_garantizar\\_la\\_excelencia\\_en\\_el\\_servicio](https://www.academia.edu/8910048/calidad_total_en_la_atenci%20c3%93n_al_cliente_pautas_para_garantizar_la_excelencia_en_el_servicio)
- Uladech, (2019). *Código de ética para la investigación*  
<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>

- Uribe, I. (2012). *El Ambiente Laboral Y Su Incidencia En El Desempeño De Las Organizaciones: Estudio en las mejores empresas para trabajar en Colombia*. Bogotá, Colombia. <file:///C:/Users/USER/Downloads/PerezRafael.pdf>
- Veiga, J. (2008). *Control de la gestión empresarial*. Madrid: Esic editorial.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Kz4XBCMThEwC&oi=fnd&pg=PA15&dq=control+de+la+gestion+empresarial+&ots=UX7qInsv8v&sig=1a5vQ1ql984rCasKnUVX\\_fb7CBU#v=onepage&q=control](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Kz4XBCMThEwC&oi=fnd&pg=PA15&dq=control+de+la+gestion+empresarial+&ots=UX7qInsv8v&sig=1a5vQ1ql984rCasKnUVX_fb7CBU#v=onepage&q=control)
- Venegas, J. (2010). *Plan para la implementación de un sistema de seguridad y salud ocupacional en la Empresa EMBOMACHALA SA*.  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2639/13/UPS-CT002225.pdf>
- Villanueva, J. y Toro, J. (2017). *Marketing Estratégico*. Eunsa.  
[https://www.eunsa.es/media/universidad\\_navarra/files/book-attachment-3965.pdf](https://www.eunsa.es/media/universidad_navarra/files/book-attachment-3965.pdf)
- Yrigoyen, L. (2019). *La calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el sector ferretero caso: zona denominada "Las Malvinas" en Lima Metropolitana 2018*. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5499/yri\\_goyen\\_ylma.pdf?sequence=1](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5499/yri_goyen_ylma.pdf?sequence=1)
- Zavaleta, J. (2018). *Propuesta De Mejora En El Área De Calidad Basada En La Norma Iso 9001:2015 Para Aumentar La Rentabilidad De La Ferretería Dino "Alca E.I.R.L"*. Trujillo, Perú.  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14676/Zavaleta%20Rodriguez%20Juan%20Diego.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos

**Cronograma de actividad**

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>															
N°	Actividades	Año: 2020						Año: 2021							
		TESIS I			TESIS II			TESIS III				TESIS IV			
1	Elaboración del proyecto	X	X												
2	Revisión del proyecto por el jurado investigador			X											
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X										
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X										
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de información						X								
7	Elaboración del consentimiento informado						X								
8	Recolección de datos							X							
9	Presentación de resultados								X						
10	Análisis e Interpretación de los resultados								X						
11	Redacción del informe preliminar									X	X	X	X		
12	Revisión del informe final de la tesis por el jurado de investigación													X	
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														X
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														X
15	Redacción de artículo científico														X

## Cuadro de presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones	0.20	30	6.00
• Fotocopias	0.20	50	10.00
• Empastado	0.30	20	6.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	0.10	10	1.00
• Lapiceros	0.50	3	1.50
<b>Servicios</b>			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			124.50
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	3.00	5	15.00
<b>Sub total</b>			15.00
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			139.50
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% ó Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			400.00
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			652.00
<b>Total (S/.)</b>			791.50

**Instrumento de recolección de datos**

<b>PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL PERÚ, CASO: FERRETERIA TESORITO, SAN VICENTE, CAÑETE. 2020</b>					
<b>VARIABLE</b>	<b>PREGUNTAS PARA LOS CLIENTES DE LA FERRTERIA TESORITO</b>	<b>ESCALAS LIKERT</b>			
		Malo	Regular	Bueno	Excelente
<b>Atención al cliente</b>	1. ¿Cómo consideras la infraestructura que tiene la ferretería?				
	2. ¿Cómo consideras el equipamiento de seguridad que tiene la ferretería?				
	3. ¿Cómo consideras el orden de los productos que ofrece la ferretería?				
	4. ¿Cómo consideras la limpieza del local de la ferretería?				
	5. ¿Cómo Consideras la transparencia que tienen los personales de la ferretería cuando le habla de los productos?				
	6. ¿Cómo consideras la forma de expresarse que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?				
	7. ¿Cómo consideras el comportamiento que tienen los personales de la ferretería cuando lo atiende?				
	8. ¿Cómo consideras la paciencia que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?				
	9. ¿Cómo consideras el interés que le muestra los personales de la ferretería para atenderlo?				
	10. ¿Cómo consideras la solución de problema que le ofrece los personales de la ferretería?				
	11. ¿Cómo consideras la amabilidad que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?				



**PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL PERÚ, CASO: FERRETERIA TESORITO, SAN VICENTE, CAÑETE. 2020**

VARIABLE	PREGUNTAS PARA LOS DUEÑOS DE LA FERRTERIA TESORITO	ESCALA NOMINAL	
		SI	NO
<b>Gestión De calidad</b>	1. ¿La Ferretería Tesorito cuenta con metas adecuadas?		
	2. ¿La Ferretería Tesorito cuenta con objetivos adecuados?		
	3. ¿Consideras que están ejecutando adecuadamente las actividades de su ferretería?		
	4. ¿Consideras adecuada los resultados que presenta la Ferretería Tesorito?		
	5. ¿Consideras adecuada las decisiones que se toman para corregir los errores de su ferretería?		
	6. ¿Los errores que presenta la Ferretería Tesorito son solucionadas adecuadamente?		

## Validación de los cuestionarios por los expertos

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Castillón Matos, Ovidio Julián  
 1.2. Grado Académico: Magister  
 1.3. Profesión: Licenciado en Administración  
 1.4. Institución donde labora: Universidad César Vallejo  
 1.5. Cargo que desempeña: Docente  
 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario atención al cliente  
 1.7. Autor del instrumento: Flores Romero, Ericson  
 1.8. Carrera: Administración

#### II. VALIDACIÓN:

##### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Aspectos tangibles</b>							
1. ¿Cómo consideras la infraestructura que tiene la ferretería?	✓		✓		✓		
2. ¿Cómo consideras el equipamiento de seguridad que tiene la ferretería?	✓		✓		✓		
3. ¿Cómo consideras el orden de los productos que ofrece la ferretería?	✓		✓		✓		
4. ¿Cómo consideras la limpieza del local de la ferretería?	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 2: Aspectos intangibles</b>							
5. ¿Cómo Consideras la transparencia que tienen los personales de la ferretería cuando le habla de los productos?	✓		✓		✓		
6. ¿Cómo consideras la forma de expresarse que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?	✓		✓		✓		
7. ¿Cómo consideras el comportamiento que tienen los personales de la ferretería cuando lo atiende?	✓		✓		✓		
8. ¿Cómo consideras la paciencia que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?	✓		✓		✓		
9. ¿Cómo consideras el interés que le muestra los personales de la ferretería para atenderlo?	✓		✓		✓		
10. ¿Cómo consideras la solución de problema que le ofrece los personales de la ferretería?	✓		✓		✓		
11. ¿Cómo consideras la amabilidad que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?	✓		✓		✓		

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

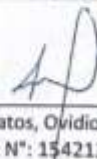
- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Castillón Matos, Ovidio Julián  
 1.2. Grado Académico: Magister  
 1.3. Profesión: Licenciado en Administración  
 1.4. Institución donde labora: Universidad César Vallejo  
 1.5. Cargo que desempeña: Docente  
 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario gestión de calidad  
 1.7. Autor del instrumento: Flores Romero, Ericson  
 1.8. Carrera: Administración

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Planificar</b>							
1. ¿La Ferretería Tesorito cuenta con metas adecuadas?	✓		✓		✓		
2. ¿La Ferretería Tesorito cuenta con objetivos adecuados?	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 2: Realizar</b>							
3. ¿Consideras que están ejecutando adecuadamente las actividades de su ferretería?	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 3: Comprobar</b>							
4. ¿Consideras adecuada los resultados que presenta la Ferretería Tesorito?	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 4: Actuar</b>							
5. ¿Consideras adecuada las decisiones que se toman para corregir los errores de su ferretería?	✓		✓		✓		
6. ¿Los errores que presenta la Ferretería Tesorito son solucionadas adecuadamente?	✓		✓		✓		

Otras observaciones generales:

  
 Castillón Matos, Ovidio Julián  
 DNI N°: 15421219



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna  
 1.2. **Grado Académico:** Magister  
 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración  
 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Cafete  
 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente  
 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario atención al cliente  
 1.7. **Autor del instrumento:** Flores Romero, Ericson  
 1.8. **Carrera:** Administración

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Aspectos tangibles</b>							
1. ¿Cómo consideras la infraestructura que tiene la ferretería?	x		x		x		
2. ¿Cómo consideras el equipamiento de seguridad que tiene la ferretería?	x		x		x		
3. ¿Cómo consideras el orden de los productos que ofrece la ferretería?	x		x		x		
4. ¿Cómo consideras la limpieza del local de la ferretería?	x		x		x		
<b>Dimensión 2: Aspectos intangibles</b>							
5. ¿Cómo Consideras la transparencia que tienen los personales de la ferretería cuando le habla de los productos?	x		x		x		
6. ¿Cómo consideras la forma de expresarse que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?	x		x		x		
7. ¿Cómo consideras el comportamiento que tienen los personales de la ferretería cuando lo atiende?	x		x		x		
8. ¿Cómo consideras la paciencia que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?	x		x		x		
9. ¿Cómo consideras el interés que le muestra los personales de la ferretería para atenderlo?	x		x		x		
10. ¿Cómo consideras la solución de problema que le ofrece los personales de la ferretería?	x		x		x		
11. ¿Cómo consideras la amabilidad que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?	x		x		x		

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 2.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna
- 1.1. Grado Académico: Magister
- 1.2. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.3. Institución donde labora: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Cafele
- 1.4. Cargo que desempeña: Docente
- 1.5. Denominación del instrumento: Cuestionario gestión de calidad
- 1.6. Autor del instrumento: Flores Romero, Ericson
- 1.7. Carrera: Administración

### II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Planificar</b>							
1. ¿La Ferretería Tesorito cuenta con metas adecuadas?	X		X		X		
2. ¿La Ferretería Tesorito cuenta con objetivos adecuados?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Realizar</b>							
3. ¿Consideras que están ejecutando adecuadamente las actividades de su ferretería?	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Comprobar</b>							
4. ¿Consideras adecuada los resultados que presenta la Ferretería Tesorito?	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Actuar</b>							
5. ¿Consideras adecuada las decisiones que se toman para corregir los errores de su ferretería?	X		X		X		
6. ¿Los errores que presenta la Ferretería Tesorito son solucionadas adecuadamente?	X		X		X		

Otras observaciones generales:

*Aplicado*



Firma

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna  
DNI N°: 40311682

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Espinosa Otoya, Víctor Hugo
- 1.2. **Grado Académico:** Magister
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Lima
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Nominación del instrumento:** Cuestionario atención al cliente
- 1.7. **Autor del instrumento:** Flores Romero, Ericson
- 1.8. **Carrera:** Administración

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Aspectos tangibles</b>							
1. ¿Cómo consideras la infraestructura que tiene la ferretería?	X		X		X		
2. ¿Cómo consideras el equipamiento de seguridad que tiene la ferretería?	X		X		X		
3. ¿Cómo consideras el orden de los productos que ofrece la ferretería?	X		X		X		
4. ¿Cómo consideras la limpieza del local de la ferretería?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Aspectos intangibles</b>							
5. ¿Cómo Consideras la transparencia que tienen los personales de la ferretería cuando le habla de los productos?	X		X		X		
6. ¿Cómo consideras la forma de expresarse que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?	X		X		X		
7. ¿Cómo consideras el comportamiento que tienen los personales de la ferretería cuando lo atiende?	X		X		X		
8. ¿Cómo consideras la paciencia que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?	X		X		X		
9. ¿Cómo consideras el interés que le muestra los personales de la ferretería para atenderlo?	X		X		X		
10. ¿Cómo consideras la solución de problema que le ofrece los personales de la ferretería?	X		X		X		
11. ¿Cómo consideras la unabilidad que tienen los personales de la ferretería para atenderlo?	X		X		X		

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Espinosa Otoya, Víctor Hugo
- 1.2. **Grado Académico:** Magister
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Católica los Ángeles de Chimbote - Lima
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario gestión de calidad
- 1.7. **Autor del instrumento:** Flores Romero, Ericson
- 1.8. **Carrera:** Administración

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 2

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Planificar</b>							
1. ¿La Ferretería Tesorito cuenta con metas adecuadas?	X		X		X		
2. ¿La Ferretería Tesorito cuenta con objetivos adecuados?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Realizar</b>							
3. ¿Consideras que están ejecutando adecuadamente las actividades de su ferretería?	X		X		X		
<b>Dimensión 3: Comprobar</b>							
4. ¿Consideras adecuada los resultados que presenta la Ferretería Tesorito?	X		X		X		
<b>Dimensión 4: Actuar</b>							
5. ¿Consideras adecuada las decisiones que se toman para corregir los errores de su ferretería?	X		X		X		
6. ¿Los errores que presenta la Ferretería Tesorito son solucionadas adecuadamente?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Espinosa Otoya, Víctor Hugo  
DNI N°: 07535731

## Consentimiento informado



### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú-rubro ferretería, caso ferretería tesorito del distrito de San Vicente de Cañete, Cañete. 2020.** Y es dirigido por Flores Romero Ericson, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú-rubro ferretería, caso Ferretería Tesorito del distrito de San Vicente de Cañete, Cañete. 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 8 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del Facebook, Ericson Flores Romero. Si desea, también podrá escribir al correo, [ericsonk@gmail.com](mailto:ericsonk@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Yesica Romero Capcha

Fecha: 20/10/2020

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



## PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú-rubro ferretería, caso ferretería tesorito del distrito de San Vicente de Cañete, Cañete. 2020.** Y es dirigido por Flores Romero Ericson, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú-rubro ferretería, caso Ferretería Tesorito del distrito de San Vicente de Cañete, Cañete. 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 8 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del <http://repositorio.uladech.edu.pe>. Si desea, también podrá escribir al correo, [ericsontk@gmail.com](mailto:ericsontk@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Marino Prestagui Calsina

Fecha: 02-11-2020

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

## Carta de presentación al dueño



### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA EL DUEÑO DE LA EMPRESA

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú-rubro ferretería, caso ferretería tesorito del distrito de San Vicente de Cañete, Cañete. 2020.** Y es dirigido por Flores Romero Ericson, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú-rubro ferretería, caso Ferretería Tesorito del distrito de San Vicente de Cañete, Cañete. 2020.

La participación en la investigación es completamente voluntaria. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del <http://repositorio.uladech.edu.pe>. Si desea, también podrá escribir al correo, [ericsonrk@gmail.com](mailto:ericsonrk@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre del dueño de La empresa: Martino Restegui Calsina

DNI del dueño de la empresa: 02545773

Firma del dueño de la empresa: [Firma]

Nombre del investigador: Ericson Flores Romero

DNI del investigador: 75105461

Firma del investigador: [Firma]

Fecha: 02-12-2020

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA

Fotos de la encuesta





